



TUGAS AKHIR

PERANCANGAN WEBSITE PT. KERTAS LECES SEBAGAI MEDIA INFORMASI DENGAN KONSEP SIMPLE NATURAL

Mahasiswa :

Ardianti Nugraheni
3408100132

Dosen :

R. Eka Rizkiantono, S.Sn., M.Ds.
NIP 19761209 200312 1001

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI 10 NOPEMBER
SURABAYA 2016**



FINAL PROJECT – RD 141558

**WEBSITE DESIGN OF PT. KERTAS LECES AS MEDIA INFORMATION
WITH SIMPLE NATURAL CONCEPT**

Oleh:

ARDIANTI NUGRAHENI

NRP. 3408100132

Dosen:

R. Eka Rizkiantono, S.Sn, Mds

NIP 19761209 200312 1001

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *WEBSITE* PT. KERTAS LECES SEBAGAI MEDIA INFORMASI DENGAN KONSEP *SIMPLE NATURAL*

TUGAS AKHIR

Disusun untuk memenuhi syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)

Pada

Bidang Studi Desain Komunikasi Visual

Program Studi S-1 Jurusan Desain Produk Industri

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh November

Oleh :

Ardianti Nugraheni

NRP. 3408100132

SURABAYA, 29 JANUARI 2016

Periode Wisuda: 113 (Maret 2016)

Mengetahui,

Ketua Jurusan Desain Produk Industri

Disetujui,

Dosen Pembimbing



R. Eka Rizkiantono, S.Sn., M.Ds.

NIP. 197612092003121001

PERANCANGAN WEBSITE PT. KERTAS LECES SEBAGAI MEDIA INFORMASI DENGAN KONSEP SIMPLE NATURAL

Nama Mahasiswa : Ardianti Nugraheni
NRP : 3408100132
Jurusan : DesainProdukIndustri FTSP - ITS

ABSTRAK

PT. Kertas Leces adalah pabrik kertas tertua nomor dua di Indonesia, setelah pabrik kertas Padalarang, yang mana didirikan pada masa penjajahan Belanda. PT. Kertas Leces merupakan salah satu perusahaan BUMN yang berada dalam kondisi `tidak prima`. Selain produksi rendah, mereka pun terlilit beban Rekening Dana Investasi dan Subsidiary Loan Agreement (SLA). Pada tahun 2010 PT. Kertas Leces mengalami kemunduran dan sempat memberhentikan produksi kertasnya.

PT. Kertas Leces membutuhkan media untuk mendukung beroperasinya kembali berproduksi dengan bahan baku yang baru yang nantinya dapat di ketahui oleh masyarakat, maka pada tahap selanjutnya akan dirancang website PT. Kertas Leces dengan menganalisa dan menyusun kerangka berpikir serta studi-studi, meliputi data perusahaan, buku profil perusahaan dan analisis website sebelumnya. Metode-metode yang digunakan dalam membuat website ini adalah dengan wawancara mendalam dan observasi langsung.

Berdasarkan perancangan yang telah dibuat, Media website PT. Kertas Leces ini merupakan media informasi masa yang menjadi main media dalam perancangan yang telah dilakukan. Website dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada dalam diri PT. Kertas Leces. Perancangan website merupakan media yang dapat merangkum segala kebutuhan PT. Kertas Leces mulai dari Profil Perusahaan dan berbagai informasi mengenai PT. Kertas Leces kepada para konsumen atau masyarakat luas.

Keyword: Website, ramah lingkungan, minimalis simplicity

WEBSITE DESIGN OF PT. KERTAS LECES AS MEDIA INFORMATION WITH SIMPLE NATURAL CONCEPT

Student Name : Ardianti Nugraheni
NRP : 3408100132
Major : Desain Produk Industri FTSP - ITS

ABSTRACT

PT. Kertas Leces is paper factory number two oldest in Indonesia, after paper factory Padalarang, which was established in the era of colonialism the Netherlands. PT. Kertas Leces is one state company who is in not good condition. Besides of low production, they also have debt in investment fund accounts and subsidiary loan agreement (SLA). In 2010 PT Kertas Leces slowing down and discontinued their productions.

PT Kertas Leces need media to support their operations and back to the business with the new raw materials that would be known in public, thus, in the next steps is designing the website of PT Kertas Leces with analysing and arranging the mind mapping and studies, that contains of data of the company, company profile books and analyse the prior websites. the methods that can be used in making this website is deep interview and direct observation.

Based of the designed that already made, the website media of PT Kertas Leces is mass media information that could be the main media in designed that has been done. website could be a solution from problems that can be found inside PT Kertas Leces. website designed is the media that can summarize all needs of PT Kertas Leces from Company Profile and all of the information relating PT Kertas Leces to the consumers or public.

Keyword: Website, eco-friendly, minimalis simplicity

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur Kepada Tuhan yang Maha Esa penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Website PT. Kertas Leces sebagai media informasi”. Dalam pembuatan laporan ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Budi Kusmarwoto selaku Presiden Direktur, Bapak Syarif Hidayat selaku Direktur Produksi dan Pengembangan dan kepada Bapak Tjatur Iman selaku Staf IT beserta karyawan-karyawan PT. Kertas leces, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas sehingga laporan ini dapat terselesaikan. Terimakasih kepada Dosen Riset yang telah memberi ilmu, memotifasi dan memberi tahu kesalahan-kesalahan penulis sehingga laporan ini dapat terselesaikan. Terimakasih juga pada kedua Orang Tua yang telah memberikan bantuan materil maupun doanya, sehingga pembuatan laporan ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan banyak terima kasih atas bantuannya dalam pembuatan laporan ini.

Akhir kata semoga laporan ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya, penulis menyadari bahwa dalam pembuatan laporan ini masih jauh dari sempurna untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan kearah kesempurnaan. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Penulis,

Ardianti Nugraheni

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Pernyataan Keaslian Karya	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Bagan	vi
Daftar Gambar	vii
Lampiran	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6. Tujuan Penelitian	9
1.7. Manfaat Penelitian	9
1.8. Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	11
2.2. Landasan Teori <i>Website</i>	11
2.2.1. Klasifikasi <i>Website</i>	11
2.2.2. Landasan <i>Teori Human Computer Interaction</i>	14
2.3. Unsur-unsur <i>Website</i>	14
2.3.1. Nama <i>Domain (Domain Name/URL – Uniform Resource Locator)</i>	14
2.3.2. Rumah tempat <i>website (Web Hosting)</i>	15
2.3.3. Bahasa Program (<i>Scripts Program</i>)	15
2.3.4. <i>Web Design (Desain Website)</i>	16

2.3.5. Publikasi <i>Website</i>	16
2.3.6. Pemeliharaan <i>Website (Maintenance)</i>	16
2.4. Kriteria <i>Website</i>	17
2.4.1. <i>Usability</i>	17
2.4.2. <i>System Navigasi</i>	18
2.4.3. <i>Garphic Design</i>	18
2.4.4. <i>Content</i>	18
2.4.5. <i>Compability</i>	18
2.4.6. <i>Content Management System</i>	22
2.4.7. <i>Loading Time</i>	22
2.4.8. <i>Functionality</i>	23
2.4.9. <i>Accesbility</i>	23
2.5. Sketsa Layout	23
2.6. Konsep Desain <i>Website</i>	25
2.7. Elemen-elemen Desain <i>Website</i>	27
2.8. Psikologi Warna	28
2.9. <i>Layout</i>	32
2.10. Sejarah PT. Kertas Leces	33
2.11. Studi Eksisting	33
2.12. Kompetitor	34
2.13. Komparator	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Judul	39
3.1.1. <i>Website</i> sebagai sarana Informasi	39
3.2. Metode Penelitian	39
3.2.1. Perencanaan	39
3.2.2. Perancangan	40
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	40
3.3.1. Jenis Data Primer	40
3.3.2. Sumber Data	44
3.4. Teknik Sampling	44

3.4.1. Populasi	44
3.4.2. Sampel	46
3.5. Teknik Desain	45
3.6. Penentuan Variabel Desain	47

BAB IV KONSEP DESAIN

4.1. Konsep Desain <i>Website</i>	49
4.1.1. Makna Denotatif	50
4.1.2. Makna Konotatif	51
4.2. Kriteria Desain	51
4.2.1. Perancangan <i>Website</i>	51
4.2.2. <i>Domain</i>	51
4.2.3. <i>Layout</i>	52
4.2.4. <i>Typografi</i>	53
4.2.5. <i>Warna</i>	53
4.2.6. <i>Fotografi</i>	54
4.2.7. <i>User Need</i>	55
4.2.8. <i>Strategi Visual</i>	55
4.2.9. <i>Proses Warna</i>	56
4.2.10. <i>Strategi Komunikasi</i>	57
4.2.11. <i>Navigasi</i>	57
4.2.12. <i>Preferensi Stakeholder</i>	58
4.2.13. <i>Konten</i>	58
4.2.14. <i>Acuan Gaya Fotografi untuk Halaman Berita</i>	59
4.2.15. <i>Icon</i>	59
4.2.16. <i>Aplikasi Resolusi pada Media</i>	60
4.2.17. <i>Login</i>	65
4.3. <i>User Interface</i>	66
4.4. <i>Graphic User Interface</i>	67
4.4.1. <i>Layout Home</i>	67
4.4.2. <i>Layout Gallery</i>	68
4.4.3. <i>Layout Marketing</i>	69

4.4.4. <i>Layout Company</i>	70
4.4.5. <i>Layout Contact</i>	71
4.5. <i>User Experience Design</i>	72
4.6. Alternatif Sketsa Digital.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran.....	82

Daftar Pustaka

Lampiran

Biodata

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1.1. Bagan Distributor PT. Kertas Leces	11
---	----

BAB II

Tabel 2.1. Tabel <i>Resolusi Devices</i>	19
--	----

Tabel 2.2. Tabel Batas <i>Resolusi</i>	21
--	----

BAB III

Tabel 3.1. Bagan Proses Penentuan Konsep Desain	47
---	----

Tabel 3.2. Bagan Kerangka Berpikir	48
--	----

BAB IV

Tabel 4.1. Bagan Proses Pencapaian <i>Keyword</i>	51
---	----

Tabel 4.2. Bagan Data Pengguna <i>Website</i> PT. Kertas Leces	73
--	----

Tabel 4.3. Tabel Data Kebiasaan dan Sifat Pengguna PT. Kertas Leces	74
---	----

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1. <i>Standar Operasional PT. Kertas Leces</i>	3
Gambar 1.2. <i>Peta Pemasaran Leces Keluar Negeri (Ekspor)</i>	4

BAB II

Gambar 2.1. Contoh <i>Website</i> Informatif Berupa <i>Website</i> Bisnis.....	11
Gambar 2.2. Contoh Navigasi <i>Website</i> Artistic.....	12
Gambar 2.3. Contoh <i>Website Contrast</i> berupa <i>E-commerce</i>	12
Gambar 2.4. Contoh <i>Website Distincive</i> berupa <i>Microsite</i>	13
Gambar 2.5. Contoh <i>Website Imaginative</i> berupa <i>Microsite</i>	13
Gambar 2.6. Contoh <i>Website Focus</i>	13
Gambar 2.7. Contoh Sketsa Layout.....	23
Gambar 2.8. <i>Type Font</i>	24
Gambar 2.9. <i>Color Premier RGB dan CMYK</i>	25
Gambar 2.10. <i>Navigasi Icon</i>	25
Gambar 2.11. <i>Pallete Color Woodland</i>	29
Gambar 2.12. <i>Pallete Color Provocative</i>	29
Gambar 2.13. <i>Pallete Color Contemplation</i>	30
Gambar 2.14. Tampilan <i>Website</i> PT. Kertas Leces.....	34
Gambar 2.15. Logo PT. Indah Kiat.....	34
Gambar 2.16. Tampilan <i>Website</i> PT. Indah Kiat.....	35
Gambar 2.17. Logo PT. Kertas Padalarang.....	36
Gambar 2.18. <i>Website</i> PT. Kertas Padalarang.....	36

BAB III

Gambar 3.1. <i>Layout Mac Book</i>	42
Gambar 3.2. <i>Layout The Metropolitan</i>	42
Gambar 3.3. <i>Layout Nat-Geo</i>	43
Gambar 3.5. <i>Layout Warhool</i>	43

BAB IV

Gambar 4.1. <i>Layout website</i> PT. Kertas Leces.....	52
Gambar 4.2. Tampilan <i>Font</i> pada <i>Header Website</i>	53
Gambar 4.3. <i>Typography Calibri</i>	53
Gambar 4.4. <i>Typography Verdana</i>	53
Gambar 4.5. <i>Typography Gotham Light</i>	53
Gambar 4.6. <i>Pallete</i> Warna Utama Website PT. Kertas Leces.....	54
Gambar 4.7. Fotografi <i>Landscape</i>	54
Gambar 4.8. Fotografi Alam.....	55
Gambar 4.9. Analagus Warna Alam.....	56
Gambar 4.10. Arsitektur Warna.....	57
Gambar 4.11. Sketsa alternatif Sketsa <i>Icon Social Responsibility</i>	60
Gambar 4.12. Sketsa alternatif Sketsa <i>Icon Environment</i>	60
Gambar 4.13. Sketsa alternatif Sketsa <i>Icon Production</i>	60
Gambar 4.14. Alterbatif <i>icon Website</i> PT. Kertas Leces.....	60
Gambar 4.15. 320 Pixel.....	62
Gambar 4.16. 480 Pixel.....	62
Gambar 4.17. 768 Pixel.....	62
Gambar 4.18. 992 Pixel.....	63
Gambar 4.19. 1200 Pixel.....	63
Gambar 4.20. ipad Potrait - max width 1536 -> 1920.....	64
Gambar 4.21. macbook Retina - max width 2560 -> 1920.....	64
Gambar 4.22. ipad Landscape - max widht 2048 -> 1920.....	64
Gambar 4.23. iphone Potrait - max width 640 -> 480.....	64
Gambar 4.24. iphone Landscape - max width 1136 -> 992.....	64
Gambar 4.25. Tampilan Halaman Website versi Mobile.....	65
Gambar 4.26. Halaman <i>Login</i>	65
Gambar 4.27. Halaman <i>Upload Navigasi</i>	66
Gambar 4.28. Halaman <i>Upload File</i>	66
Gambar 4.29. Tampilan <i>Text Box - Live Chat</i>	67
Gambar 4.30. <i>Home Website</i> PT. Kertas Leces.....	68
Gambar 4.31. <i>Gallery Website</i> PT. Kertas Leces.....	69

Gambar 4.32. <i>Marketing Website</i> PT. kertas Leces.....	70
Gambar 4.33. <i>Company Website</i> PT. Kertas Leces.....	71
Gambar 4.34. <i>Contact Website</i> PT. Kertas Leces.....	72
Gambar 4.35. <i>Navigasi Utama Website</i>	73
Gambar 4.36. <i>Halaman Youtube</i> PT. Kertas Leces.....	73
Gambar 4.37. <i>Halaman Twitter</i> PT. Kertas Leces.....	73
Gambar 4.38. <i>Halaman Instagram</i> PT. Kertas Leces.....	74
Gambar 4.39. <i>Halaman Facebook</i> PT. Kertas Leces.....	74
Gambar 4.40. <i>Header Website</i> PT. Kertas Leces.....	75
Gambar 4.41. <i>Tampilan Navigasi Utama</i>	75
Gambar 4.42. <i>Teknik Parallax</i>	75
Gambar 4.43. <i>Alternatif Desain Website</i> PT. Kertas Leces.....	76
Gambar 4.44. <i>Alternatif Desain Website</i> PT. Kertas Leces.....	76
Gambar 4.45. <i>Alternatif Desain Website</i> PT. Kertas Leces.....	77
Gambar 4.46. <i>Alternatif Desain Website</i> PT. Kertas Leces.....	77
Gambar 4.47. <i>Alternatif Desain Website</i> PT. Kertas Leces.....	78
Gambar 4.48. <i>Alternatif Desain Website</i> PT. Kertas Leces.....	79

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1.1. Bagan Distributor PT. Kertas Leces.....	11
--	----

BAB II

Tabel 2.1. Tabel <i>Resolusi Devices</i>	19
--	----

Tabel 2.2. Tabel Batas <i>Resolusi</i>	21
--	----

BAB III

Tabel 3.1. Bagan Proses Penentuan Konsep Desain.....	47
--	----

Tabel 3.2. Bagan Kerangka Berpikir.....	48
---	----

BAB IV

Tabel 4.1. Bagan Proses Pencapaian <i>Keyword</i>	51
---	----

Tabel 4.2. Bagan Data Pengguna <i>Website</i> PT. Kertas Leces.....	73
---	----

Tabel 4.3. Tabel Data Kebiasaan dan Sifat Pengguna PT. Kertas Leces.....	74
--	----

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Kertas Leces adalah pabrik kertas tertua nomor dua di Indonesia, setelah pabrik kertas Padalarang, yang mana didirikan pada masa penjajahan Belanda, tepatnya tahun 1939 dan mulai beroperasi tahun 1940 dengan kapasitas produksi sebesar 10 ton/hari, menghasilkan kertas print yang memproses bahan baku jerami dan dilakukan proses pensodaan¹. Setelah manajemen ditangani oleh pemerintah Indonesia, PT. Kertas Leces mengalami perkembangan pembangunan fisik melalui empat tahapan yang dimulai pada tahun 1960 dan berakhir tahun 1986, yang menghasilkan pabrik kertas dan pulp terintegrasi.

Kertas Leces merupakan salah satu perusahaan BUMN yang berada dalam kondisi 'tidak prima'. Selain produksi rendah, mereka pun terilit beban Rekening Dana Investasi dan Subsidiary Loan Agreement (SLA). Untuk itu kementrian tengah mencari solusinya. Termasuk mensinergikan dengan BUMN Perkebunan untuk bahan baku.

Menurut Data dari Kementrian BUMN, tahun 2010, BUMN kertas itu meraih penjualan sebesar Rp 318,38 miliar dengan rugi bersih Rp 145,72 miliar. Tahun 2012, Kertas Leces mengalami kenaikan penjualan hingga menjadi Rp 888,14 miliar, dan juga mencatat kerugian sebesar RP 40,9 miliar. Tahun 2013, nilai penjualan kertas leces adalah Rp 792,84 miliar dengan nilai rugi bersih sebesar Rp 49,4 miliar. Meski secara penjualan mengalami kenaikan, namun perusahaan pun terus merugi.

PT. Kertas Leces (Persero) adalah perusahaan berbentuk Badan Usaha Milik Negara yang berkedudukan di Leces, Probolinggo dan bergerak di bidang produksi kertas memasarkan produknya. Namun semenjak tahun 2010 perusahaan BUMN ini mulai mengalami penurunan. Banyaknya perusahaan kertas yang lebih terintegrasi membuat Leces tidak beroperasi selama setahun. Dalam persaingan dengan produk kertas dari produsen lainnya, kualitas serta identitas perusahaan menjadi faktor yang sangat penting untuk dikendalikan. Karena identitas perusahaan yang bagus akan memberikan kesan baik bagi pengguna produk. Dan kualitas suatu produk harus dapat memenuhi dua hal yang sangat menentukan yaitu memenuhi target atau spesifikasi yang telah

¹ www.kertasleces.co.id

ditentukan oleh pemesan kertas. Saat ini kapasitas produksi kertas PT. Kertas leces adalah 640 ton/hari yang memproduksi berbagai jenis kertas, antara lain :

a. Kertas Industri

- Corrugating Medium 70, 120, 125 gram
- Briefcard ND 120, 160, 180 gsm
- Briefcard SW 120, 150, 160 gsm
- Briefcard MG 150 gsm
- Drawing Paper 70, 120 gsm

b. Kertas Tulis Cetak

- Woodfree Offset Printing 45, 50, 55, 56, 58, 60, 70, 80 gsm
- Copying Paper 70, 80 gsm
- Duplicating Paper 69 gsm
- Newsprint 48.8 gsm

c. Kertas Tissue

- MG Tissue 14, 16, 17, 18,20, 30 gsm
- Toilet Tissue 15, 17, ,21 gsm
- Facial Tissue 13.5, 14.5 gsm
- Napkin Tissue 17, 18, 22 gsm
- Towel Tissue 25, 45 gsm

d. Kertas Koran

- Newsprint 45,48.8 gsm (trim width 6350 mm)

Standar operasional PT. Kertas Leces berorientasi pada 3 kebijakan dasar badan kendali mutu ISO 9001, ISO 14001 dan sistem keselamatan dan kesehatan kerja. Tiga kendali mutu ini saling berkaitan satu sama lain untuk memproduksi prosuk yang berkualitas dan ramah lingkungan tanpa mengabaikan keselamatan dan kesehatan kerja karyawan. Standar kualitas produk dan teknologi telah diterapkan menyesuaikan permintaan pasar berdasarkan standar internasional dengan selalu mengikuti perkembangan studi dari dalam dan luar negeri . Akhirnya bisa memproduksi produk kertas dengan kualitas tinggi dan bersaing di dalam pasar dalam dan luar negeri.



(a). Logo ISO 9001



(a). Logo ISO 14001



(a). Logo Safety

Gambar 1.1 Standar Operasional PT. Kertas Leces

(Sumber : PT. Kertas Leces)

PT. Kertas Leces merupakan salah satu pabrik kertas di Indonesia yang memproduksi kertas bekas, ampas tebu, dan serat pisang abaca yang merupakan moda menuju *Ecolabeling* seperti :

1. Pabrik Pulp dan Kertas Menuju *Ecolabeling* bahan Baku
Bagasse sebagai sumber serat yang dapat dipanen secara periodik setiap tahun daur ulang serat dari kertas bekas, ampas tebu dan serat pisang abaca.
2. Proses Produksi
 - a. Produksi Pulp dengan proses soda (tak berbau)
 - b. Penyempurnaan dengan penambahan Oksigen Delignifikasi
 - c. Didukung *Chemical Recovery Plant*
 - d. Mesin Kertas menggunakan mesin *Alkali Sizing*
3. Pencemaran dan Pengendalian Limbah Semua air buangan diolah di Unit Air Limbah (IPAL) dan sebagian digunakan kembali Gas buangan *Recovery Boiler* melalui Penangkap Debu (*Electrostatic Precipitator*).
4. Jaminan Kualitas Filosofi manajemen menekankan pada ketetapan kualitas dan berorientasi pada tujuan Pengawasan Bahan, Pengendalian dan pengawasan proses harus diarahkan pada stabilitas kualitas PT. Kertas Leces menjaga kualitas, harga dan pengiriman tepat waktu.
5. Penerapan Teknologi Tinggi Penerapan teknologi tinggi dengan komputerisasi pada mesin kecepatan tinggi untuk menjamin stabilitas produksi.
6. Fasilitas Produksi
PT. Kertas Leces adalah pabrik kertas dan *pulp* terpadu yang didukung oleh:
 - a. 2 Unit Pabrik *Pulp* Kimia
 - b. 1 Unit *Deinking Plant*
 - c. 2 Unit *Chemical Recovery Plant*

- d. 1 Unit Pembangkit Listrik Tenaga Uap
- e. 5 Unit Mesin kertas
- f. Unit instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL)
- g. 1 Unit Klor Alkali Plant

7. Ramah Lingkungan Semua limbah pabrik diolah pada instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) kemudian dapat langsung dipergunakan petani untuk pengairan sawah sekaligus dapat meningkatkan hasil pertanian. Hal ini sebagai wujud tanggung jawab Kertas Leces pada pelestarian lingkungan.

Dalam kaitannya dengan kepedulian lingkungan, proses produksi PT. Kertas Leces menggunakan proses soda yang tidak berbau untuk proses pembuatan pulp, dan adanya penyempurnaan dengan penambahan Oksigen Delignifikasi, serta didukung dengan *Chemical Recovery Plant* dan Mesin Kertas yang menggunakan *Alkali Sizing*. Selain itu juga didukung penerapan teknologi tinggi dengan komputerisasi pada mesin kertas berkecepatan tinggi guna menjamin stabilitas kualitas produksi.

Pasar Dalam Negeri meliputi hampir seluruh wilayah Indonesia yang meliputi Propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jakarta, serta diluar Jawa seperti Sumatra, Kalimantan, Maluku, Irian Jaya. Sedangkan Kertas Tulis Cetak, Kertas Tissue, Kertas Photo Copy, kertas koran, Kertas Industri yang di ekspor ke berbagai negara lain seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Srilanka, India, Pakistan, Jepang, Taiwan, Myanmar, Papua Nugini, Australia, Selandia Baru, Iran, Korea Selatan, Syria, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, RRC, Inggris, Belanda dan Afrika Selatan.



Gambar 1.2 Peta Pemasaran PT. Kertas Leces ke Luar Negeri (Pasar Ekspor)

(Sumber : PT. Kertas Leces)

Seiring dengan kemajuannya maka bertambah pula klien dan servis bisnis PT. Kertas Leces². Beberapa klien meliputi PT. Surya Pemenang, PT. Bintang Bumi Mulia, dan PT. Hoka Mandiri. PT. Surya Pemenang adalah anak perusahaan dari PT. Gudang Garam, dimana terbukti semakin besarnya jangkauan pasar PT. Kertas Leces. Di sisi lain, penggunaan bahan baku pisang Abaca³ membuat PT. Kertas Leces dipercaya oleh distributornya, tetapi masyarakat belum banyak yang tau akan hal itu dan untuk pemasarannya sendiri hanya dengan cara dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Berikut ini adalah contoh beberapa distributor leces beserta kertas yang dibutuhkan :

Tabel 1.1 Distributor Leces (Sumber: PT. Kertas Leces)

No	Nama Perusahaan	Pemesanan Kertas
1	PT. Surya Pemenang	<ul style="list-style-type: none"> - Kertas Industri - Kertas Cetak
2	PT. Bintang Bumi Mulia	<ul style="list-style-type: none"> - Kertas Industri - Kertas Cetak - Kertas Tissue
3	PT. Hoka Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> - Kertas Industri - Kertas Cetak - Kertas Tissue

Dengan adanya contoh beberapa distributor beserta kertas yang mereka pesan kepada Leces, maka dapat menunjukkan kecenderungan bahwa konsumen tetap mempercayai leces sebagai produsen kertas, PT. Kertas Leces juga masih harus menghadapi tantangan yang dihadapi oleh Perusahaan Pabrik Kertas pada umumnya. Masalah yang dihadapi oleh Leces saat ini dapat dikategorikan menjadi 2 faktor, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal bisa dinilai dari minat konsumen tentang Pabrik Kertas. Sedangkan internal dapat disebabkan oleh berbagai hal seperti masalah pengelolaan Pabrik Kertas yang kurang optimal, dan staff yang masih kurang berpengalaman. Dalam hal inovasi, sebuah Pabrik kertas juga harus terus berkembang mengikuti perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Informasi.

Berdasarkan hasil studi tahunan *Yahoo! TNS Net Index* menunjukkan bahwa pada tahun 2012, website sudah menjangkau 57 persen penduduk Indonesia⁴. Pertumbuhan ini cukup pesat

² Wawancara dengan manajer pemasaran Surabaya, Agoes Soetjahyo

³ Wawancara dengan direktur produksi dan pengembangan, Syarif Hidayat

⁴ <http://www.inspirasi.com/diakses> 5-9-2012

dibandingkan dengan pertumbuhan media yang lain, Meskipun belum mampu mengalahkan Televisi yang tetap di angka 100%. Jangkauan website di Indonesia sudah mengalahkan Koran (55%), radio (40%), majalah (12%), dan bioskop (11%).

Media website dapat menarik perhatian masyarakat karena mampu menayangkan informasi dengan baik. Selain hal tersebut, website juga mampu menjangkau sasaran yang luas jika dibandingkan dengan media lainnya, media berupa kabar buku maupun media konvensional lain jelas akan memiliki kendala dalam hal distribusi. Hal ini akan menghambat fungsi Pabrik Kertas yang pada dasarnya adalah sebuah Produsen Kertas berisi Pengetahuan dan Informasi tentang PT. Kertas Leces yang sepatutnya disebarluaskan.

Eksisting website dari PT. Kertas Leces belum mampu merepresentasikan servis bisnisnya itu sendiri. Ditambah lagi eksisting Website PT. Kertas Leces masih belum optimal, sehingga khalayak luas tidak mengenal tentang PT. Kertas Leces. Website ini nantinya berfungsi sebagai media Informasi bagi konsumen. Sehingga dengan adanya Website diharapkan citra dari PT. Kertas Leces dan diversifikasi dapat disampaikan secara proporsional sesuai dengan sasaran bisnis.

Website memiliki peran yang signifikan di dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan, baik secara eksternal maupun internal. Website dapat mempresentasikan nilai-nilai perusahaan meliputi visi-misi, karakter bisnis, dll. Namun semua itu harus didukung oleh seluruh kriteria yang terdapat pada Website yaitu Isi, Struktur Menu, Desain, dll. Sampai saat ini PT. Kertas Leces sebenarnya belum dapat mengoptimalkan⁵ website sesuai fungsinya, hanya untuk keharusan sebuah perusahaan besar yang harus memiliki sebuah website untuk mengenalkan perusahaan beserta produknya kepada khalayak luas.

Kriteria desain web yang baik juga dapat mendatangkan pengguna, website dapat beriklan di media *on-line/off-line* dengan menggunakan social networking seperti facebook, linkedin, dan sebagainya untuk menjaring pengunjung sebanyak mungkin. Website bisa membuat kesan yang baik seperti halaman yang user friendly dan navigasi yang baik, jadikan pengunjung website terkesan.

Sampai saat ini PT. Kertas Leces belum memiliki Website yang memenuhi kriteria diatas. Bapak Tjatur Iman selaku IT di Perusahaan Leces menjelaskan bahwa Website sekarang yang digunakan masih kurang memenuhi standart, desain website masih dibuat dari joomla dan hanya di edit sedikit-sedikit, tidak ada yang istimewa, warna biru pada website hanya menggambarkan warna seragam

⁵ www.sentranet.co.id

⁶ wawancara dengan Staf IT, Tjatur Iman

karyawan PT. Kertas Leces⁵. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat diambil sebuah judul yaitu “Perancangan Website PT. Kertas Leces sebagai media informasi”

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam kasus ini terdapat beberapa hal mendasar yang mendorong diperlukannya sebuah Website yaitu:

1. Untuk memaksimalkan fungsi awal Perusahaan yang berfungsi menginformasikan tentang Pabrik Produsen Kertas di Probolinggo, maka diperlukan pendekatan baru untuk menjangkau dan menyampaikan informasi pada target potensial konsumen PT. Kertas Leces saat ini yaitu dengan pemanfaatan teknologi informasi yang baru.
2. Selama ini Perusahaan PT. Kertas Leces memiliki media promosi konvensional seperti brosur dan buku. Namun dari hasil observasi masih kurang optimal. Dalam wawancara dengan Bapak Budi Kusmarwoto selaku Presiden Direktur, Bapak Syarif Hidayat selaku Direktur Produksi dan Pengembangan, Serta wawancara dengan Staf IT, Bapak Tjatur Iman, pihaknya memiliki ketertarikan mengefektifkan PT. Kertas Leces sebagai Produsen Kertas melalui website sehingga informasi tentang PT. Kertas Leces dapat terpapar secara luas dan lebih up to date.
3. PT. Kertas Leces membutuhkan sebuah website. Dari wawancara yang dilakukan menunjukkan banyak responden yang menyatakan PT. Kertas Leces perlu memiliki sebuah website resmi.

1.3 Batasan Masalah

1. Perancangan dilakukan pada aspek komunikasi visual antara lain melalui media Website dengan Content :
 - Profil PT. Kertas Leces : Sejarah, Social Responsibility
 - Bahan Baku Kertas
 - Galeri
 - Produk Leces
 - Kontak Perusahaan
 - Forum Masyarakat
2. Merancang website yang dibutuhkan oleh PT. Kertas Leces dalam upaya untuk memberikan informasi yang mudah diakses oleh pelanggan/konsumen.

3. Merancang Media yang dapat merangkum profil PT. Kertas Leces dan menginformasikan kertas Leces dalam bentuk output desain komunikasi visual.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Website sebagai media informasi tentang PT. Kertas Leces agar menjadi sebuah media yang memberikan informasi secara menyeluruh.

1.5 Ruang Lingkup Perancangan

Mengangkat PT. Kertas Leces sebagai studi kasus dalam Perancangan Media Promosi. Perancangan Promosi meliputi output-output yang mendukung promosi PT. Kertas Leces. Studi yang akan dilakukan meliputi :

1. Gaya Visual.
Bagaimana cara mencari Karakter Visual yang sesuai dalam bentuk media promosi website, baik dari segi layout, desain, warna, bentuk, dan komposisi antara text, gambar atau foto.
2. Studi Eksisting.
Meliputi studi perbandingan dengan media yang sudah ada, baik media pemasaran maupun promosi.
3. Studi Literatur.
Meliputi pencarian data mengenai website perusahaan yang ada selama ini. Serta teori-teori mengenai desain visual dari sebuah website.
4. Riset target audiens.
Meliputi pendapat audiens tentang media pemasaran yang selama ini ada dan keinginan PT. Kertas Leces tentang perlunya media pemasaran dan informasi yang mempermudah komunikasi dan transaksi bagi pelanggan/konsumen maupun produsen.
5. Menganalisa metode kelemahan dan kelebihan media pemasaran yang sudah ada.

1.6 Tujuan Penelitian

1. Website sebagai media komunikasi dan wadah penyedia informasi maka dapat digunakan sebagai sarana pemasaran PT. Kertas Leces kepada para pelanggan/konsumen. Para konsumen atau pembeli dapat melihat informasi mengenai PT. Kertas Leces dari website kapan saja.

2. Mempermudah PT. Kertas Leces menjalin komunikasi dengan konsumen melalui email, *livechat* ataupun informasi kontak yang ada di halaman website.
3. Mempermudah pelanggan/konsumen mengetahui tentang produk-produk PT. Kertas Leces, serta menjalin kerjasama lebih erat dengan konsumen.

1.7 Manfaat Penelitian

1. Menambah wawasan dan perbendaharaan pengetahuan khususnya dalam proses pembuatan media *website* sebagai salah satu media informasi dan bentuk alternatif komunikasi visual.
2. Sebagai salah satu kesempatan untuk mewujudkan buah pikiran mahasiswa kedalam karya nyata melalui perancangan media informasi website PT. Kertas Leces.
3. Memperoleh konsep perancangan media website sehingga dapat memberikan informasi tentang PT. Kertas Leces lebih mendalam.

1.8 Sistematika Penelitian

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah yang di hadapi oleh PT. Kertas Leces beserta identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, dan sistematika penelitian yang dibuat.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori-teori dasar tentang perancangan media promosi website PT. Kertas Leces yang akan dibuat. Dari pengertian website, jenis website, unsur-unsur website, elemen-elemen desain hingga konsep desain dalam pembuatan website, beserta media promosi website kompetitor maupun komparator website perusahaan kertas yang telah ada sehingga dapat menghasilkan output dengan segment yang diinginkan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran pencarian data yang lebih detail. Menganalisa dan menyusun kerangka berpikir, studi-studi yang dilakukan dan metode-metode apa yang digunakan untuk meneliti.

BAB IV : KONSEP DESAIN

Bab ini membahas tentang konsep serta metode pencapaian desain dalam hubungannya dengan permasalahan PT. Kertas Leces yang telah ada dan hasil pengembangan teori-teori dalam perancangan website yang menjadi acuan tiap output desain dalam Perancangan Website PT. Kertas Leces secara menyeluruh.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan hasil yang diperoleh setelah melakukan proses perancangan Website PT. Kertas Leces secara keseluruhan proses dan akan menghasilkan sebuah kesimpulan yang nantinya diharapkan dapat berguna untuk yang membaca proses perancangan ini sejak awal.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Bab ini akan menjelaskan landasan teori yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan yang akan dibahas. Landasan teori ini akan dipergunakan sebagai bahan dasar atau acuan dalam merancang sebuah Website. Adapun dasar-dasar teori yang dikemukakan adalah sebagai berikut.

2.2. Landasan Teori Website

Pembahasan teori website dapat digunakan untuk acuan dalam perancangan visual website. Dari studi tentang klasifikasi website, *trend* website, resolusi dan navigasi kemudian dihubungkan dengan kebutuhan pengguna dan website PT. Kertas Leces.

2.2.1 Klasifikasi Website

Perkembangan website terus mengalami kemajuan. Website yang ada saat ini telah mampu mempengaruhi pola pikir pengunjung yang mengunjungi website tersebut. Hal ini yang kerap digunakan pembuat website sebagai upaya mengirimkan pesan yang ingin disampaikan kepada pengunjung. Saat ini website sudah diklasifikasikan menjadi 5 karakteristik berikut ¹:

1. Informatif

Website dengan tipe informatif memiliki kecenderungan memakai blok teks untuk menampilkan banyak informasi. Contoh jenis website tipe informatif antara lain website bisnis, berita, komunitas.



Gambar 2.1 contoh website informative berupa website bisnis

⁷ T.W. Tsai, T. C. Chang, M. C. Chuang, and D. M. Wang. Exploration in Emotion and Visual Information Uncertainty of Websites in Culture Relation. Vol. 2. No. 2. 2008. Special Issue on Cultural Aspects of Interaction Design. International Journal of Design. Pages 58-59

2. Artistik

Website dengan tipe artistik selalu menampilkan gambar yang abstrak. Meskipun gambar yang ditampilkan abstrak, namun sebenarnya memiliki sebuah pesan yang tersembunyi. Jenis website yang masuk ke dalam tipe ini dapat berupa *vintage* website, website pribadi



Gambar 2.2 contoh website artistic

3. Kontras

Website dengan tipe kontras memiliki kontras gambar yang tinggi, skala gambar besar yang dirancang untuk menarik perhatian pengunjung. Jenis website yang masuk ke tipe ini yaitu, *e-commerce*, toko online.



Gambar 2.3 contoh website contrast berupa web E-Commerce

4. Distingtif

Website dengan tipe distingtif menggunakan warna *vivid* dan elemen-elemen geometris yang dirancang agar pesan dapat disampaikan dengan jelas. Jenis website yang dapat masuk ke tipe ini dapat berupa jejaring sosial.



Gambar 2.4 contoh website distinctive berupa microsite

5. Imajinatif

Ciri-ciri dari website dengan tipe imajinatif adalah penggunaan teks yang minim dengan sedikit gambar, serta layout yang simetris.



Gambar 2.5 contoh website imaginative berupa microsite

6. Fokus

Website fokus memiliki *point-of-interest* yang selalu berada di tengah halaman. Hal ini bertujuan agar perhatian pengunjung website dapat tertuju pada satu titik informasi.



Gambar 2.6 contoh website focus

2.2.2 Landasan Teori Human Computer Interaction

- **Visual esthetics dalam interface design**

Pengaruh sebuah *website* banyak dikarenakan oleh tampak visual dari sebuah *website* itu sendiri. Dalam mendesain *website* perlu adanya peningkatan terhadap keindahan secara visual di desain *interface* yang disajikan. Karena menurut penelitian Kurosu dan Kashimura mereka menemukan bahwa, terdapat hubungan besar antara persepsi *user* atas penggunaan akan sesuatu dengan persepsi *user* akan *visual aesthetics* dari *interface*.²⁴ Dengan itu mereka menunjukkan bahwa pengaruh awal dari persepsi visual bisa didapat dengan kecepatan hingga 50 *milliseconds*. Dari studi yang ada, didapatkan bahwa jika suatu *website* memiliki rasa estetik yang tepat pada visual yang ditampilkan terhadap target audien yang telah ditentukan maka informasi yang ada di *website* tersebut dapat diterima dengan lebih cepat.

- **User Experience Design**

Dalam *user experience design* atau *UX Design* saat ini sejak *graphical user interface* masuk ke rana *website* pada tahun 1980 terdapat input-input tambahan selain *clicking* yaitu *dragging*. Hal ini memungkinkan penambahan pengalaman *user* ketika berada di *website*, *user* tidak hanya akan menerima informasi tetapi juga mengatur informasi yang akan *user* terima. Istilah lain dari berkembangnya *UX Design* ini di jawab oleh munculnya web 2.0 yang lebih interaktif.

2.3 Unsur-unsur Website⁷

Untuk menyediakan keberadaan sebuah *website*, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya, adalah sebagai berikut :

2.3.1 Nama Domain (Domain Name/URL – Uniform Resource Locator)

Pengertian nama domain atau bisa disebut dengan domain name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*, atau

dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet. Contoh :<http://www.wikipedia.org>, <http://www.detik.com>. Contoh nama domain berekstensi internasional adalah *com, net, org, info, biz, name, ws*. Sedangkan contoh domain ber-ekstensi Negara Indonesia adalah *co.id* (untuk nama domain website perusahaan), *ac.id* (untuk nama domain website pendidikan), *go.id* (nama domain website instansi pemerintah), *or.id* (untuk nama domain website organisasi).

Nama domain yang cocok pada Perancangan Website PT. Kertas Leces adalah <http://www.PT.KertasLeces.co.id> hal itu dikarenakan PT. Kertas Leces adalah sebuah Perusahaan.

2.3.2 Rumah tempat website (Web Hosting)

Pengertian Web Hosting dapat diartikan sebuah ruangan yang terdapat dalam harddisk menyimpan berbagai data, file, gambar. Dan lain sebagainya yang akan ditampilkan pada website. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya Web Hosting yang disewa atau dimiliki.

Semakin besar Web Hosting semakin besar pula data yang dimasukkan dan ditampilkan dalam website. Web Hosting juga dapat diperoleh dengan menyewa. ²Besarnya hosting ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB (MegaByte) atau GB (GigaByte). Lama penyewaan web hosting rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa web hosting yang banyak dijumpai di Indonesia maupun luar negeri. Dengan paket interprice harga rata rata di Indonesia 1.000.000/tahun. cukup aman untuk membuka website PT. Kertas Leces. (5GB/tahun untuk ideal bandwidth dengan kapasitas hosting total file)

2.3.3 Bahasa Program (Scripts Program)

Pengertian bahasa program adalah bahasa yang digunakan untuk menterjemahkan setiap perintah dalam website pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan, statis, dinamis atau interaktifnya sebuah website.

Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat website semakin dinamis dan interaktif serta terlihat bagus. Beragam bahasa program saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas website. Jenis-jenis bahasa program yang banyak dipakai para desainer website antara lain *HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java Applets, dsb.*

⁸www.indodesign.net

Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML, sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya sebuah situs. Bahasa program ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri. Bahasa program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum, diskusi, buku tamu, anggota organisasi, email, mailing list, dan sebagainya yang memerlukan update setiap saat.

2.3.4 Web Desain (Desain Website)

Setelah melakukan penyewaan domain name dan web hosting serta penguasaan bahasa program, unsur website yang penting dan utama adalah desain. Desain Website memerlukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website.

2.3.5 Publikasi Website

Untuk mengarahkan situs kepada masyarakat apa yang disebut publikasi atau promosi. Publikasi situs di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti pamflet-pamflet, selebaran, baliho dan lain sebagainya, tapi cara ini bisa dikatakan masih kurang efektif dan sangat terbatas. Cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif dengan tak terbatas ruang dan waktu adalah publikasi langsung di internet melalui search engine (mesin pencari : Yahoo, Google, Search Indonesia, dsb). Cara publikasi di search engine ada yang gratis dan ada pula yang membayar. Yang gratis biasanya terbatas dan cukup lama untuk bisa masuk dan dikenali di search engine terkenal seperti Yahoo atau Google. Cara efektif publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus sedikit mengeluarkan uang, situs akan cepat masuk ke search engine dan dikenali oleh pengunjung.

2.3.6 Pemeliharaan Website (Maintenance)

Untuk mendukung kelanjutan dari situs-situs diperlukan pemeliharaan setiap waktu sesuai dengan apa yang diinginkan seperti penambahan informasi, berita, artikel, link, gambar, dsb. Tanpa pemeliharaan yang baik situs akan terkesan monoton dan membosankan dan lama kelamaan segera ditinggalkan oleh pengunjung. Pemeliharaan situs dapat dilakukan perperiode tertentu seperti setiap hari, setiap minggu atau setiap bulan sekali secara rutin atau secara periodik saja tergantung kebutuhan (tidak rutin).

Pemeliharaan rutin biasanya dipakai oleh situs-situs berita, penyedia artikel, organisasi atau lembaga-lembaga pemerintahan. Sedangkan pemeliharaan periodik biasanya untuk situs-situs pribadi, penjualan atau e-commerce, dan sebagainya

Dalam pemeliharaan website PT. Kertas Leces ini dilakukan secara 6 bulan sekali, adapun penambahan informasi yang diberikan adalah link berita, link gambar, artikel dan link event – event lomba yang diselenggarakan.

2.4 Kriteria Website

Menurut CNET atau Builder ada 7 kriteria yang menentukan sebuah website termasuk website yang baik atau tidak, yaitu :

2.4.1 Usability

Jacob Nelson sang guru *usability*, *usability* adalah dapatkah seorang user menemukan cara untuk menggunakan website tersebut dengan efektif. *Usability* memiliki 5 karakteristik :

- a. Mudah dipelajari
- b. Efisien untuk digunakan
- c. Mudah untuk diingat
- d. Tingkat frekuensi kesalahan
- e. Tingkat kepuasan pemakai

Karakteristik yang telah ditentukan oleh Jacob Nelson akan sangat sulit kita terapkan 100% apalagi kalau sudah menyangkut kepentingan klien web, tetapi paling tidak bisa menjadi acuan yang membantu kita untuk merancang layout suatu website, agar website tersebut :

- Mudah dipelajari penggunaannya oleh pengunjung
- Mudah diingat dan digunakan sistem navigasinya oleh pengunjung
- Memperkecil tingkat kesalahan dalam mengoperasikan web
- Memuaskan pengunjung hingga akhirnya tertarik untuk kembali lagi.

Untuk memudahkan user elemen utama sehingga suatu website mudah digunakan terletak pada elemen navigasi. Navigasi menjadi titik kunci sehingga pengguna mampu menjelajahi website dan menemukan apa yang mereka cari dengan mudah. Hal hal yang perlu diperhatikan dalam membuat navigasi yang mudah digunakan antara lain:

- Konsistensi

Bagaimana dan dimana suatu navigasi muncul dapat mempengaruhi kemudahan penggunaan serta mampu mempercepat user menemukan apa yang dicari. Jika suatu navigasi

berbeda di tiap halaman akan ada kemungkinan user akan kehilangan arah ataupun langsung berpindah ke website lain.

- **Pembagian konten yang jelas**

Pembagian konten untuk tiap halaman memiliki perbedaan dengan kejelasan yang nyata sehingga user tidak salah paham atau terdapat ambiguitas terhadap konten.

- **Semua tautan navigasi dapat dikunjungi**

Semua tautan yang berada di navigasi harus berfungsi dan memiliki tautan yang jelas sehingga user tidak menunggu atau mengira-ngira apa yang ada di link tersebut seharusnya.

- **Judul navigasi yang tepat**

Tiap navigasi untuk tiap halaman memiliki judul atau nama yang jelas dan mudah dipahami kontennya oleh user. User akan dengan mudah menemukan apa yang dicarinya dengan lebih cepat dan efisien.

- **Terdapat fitur pencarian yang berguna**

Fitur pencari menjadi opsi tambahan selain navigasi. Fitur pencari mampu membantu user untuk menemukan sumber informasi yang tepat sasaran sesuai dengan apa yang user cari.

Tingkat keberhasilan suatu navigasi website sehingga mudah digunakan tidaklah absolut pasti benar, perlu adanya tes yang akan menjadi panduan untuk pengembangan navigasi berikutnya sehingga website dapat lebih mudah lagi digunakan oleh user.

2.4.2 Sistem Navigasi

Navigasi yang mudah dipahami oleh pengunjung secara keseluruhan.

2.4.3 Graphic Design

Pemilihan grafis, layout, warna, bentuk maupun typografi yang menarik visual pengunjung untuk menjelajahi website.

2.4.4 Content

Isi atau konten yang bermanfaat, kecuali website tersebut adalah eksperimental atau show off.

2.4.5 Compability

Seberapa luas jangkauan resolusi yang dapat digunakan untuk mendesain website sehingga mendapatkan hasil desain terbaik untuk tiap resolusi dan peralatan. Berikut merupakan daftar resolusi untuk peralatan yang banyak beredar di pasaran.

Tabel 2.1 Resolusi devices

Resolution	Device yang menggunakan Resolusi tersebut
2880 x 1800	15-inch Apple MacBook Pro with Retina display
2560 x 1700	Google Chromebook Pixel
2560 x 1600	Samsung Google Nexus 10
	13-inch Apple MacBook Pro with Retina display
2560 x 1440	27-inch Apple iMac 10,2 / 11,1 / 11,3 / 12,2 (Late 2009 - 2012)
2048 x 1536	Apple iPad 3
	Apple iPad 4 (Apple iPad with Retina display)
	Apple iPad Air
1920 x 1280	NOOK HD+ Tablet
1920 x 1200	Sony Xperia Tablet Z
	Asus Transformer Pad Infinity & Transformer Prime TF700T
	24-inch Apple iMac 6,1 / 7,1 / 8,1 / 9,1 (Late 2006 - Early 2009)
	Acer Iconia W700 & Aspire S7
	Sony Vaio Duo 11
	Dell XPS 12
	Acer Aspire S5
	Asus Zenbook Prime
	Apple iMac 10,1 / 11,2 / 12,1 (Late 2009 - Mid 2011)
1680 x 1050	
	Apple iMac 4,1 / 5,1 / 7,1 / 8,1 / 9,1 (Early 2006 - Early 2009)
1600 x 1200	
1600 x 900	Apple Macbook Air
1440 x 900	
	Barnes & Noble NOOK HD
	Apple Macbook Air

Tabel 2.1 Resolusi devices

	Apple iMac 4,1 / 5,2 (Early 2006 - Late 2006)
1366 x 768	
	Asus VivoTab RT
	Microsoft Surface with Windows RT
	Apple Macbook Air
	Samsung Series 3 Chromebook
	Acer C7 Chromebook
	Samsung Series 5 Chromebook
	ASUS Eee PC VX6 Lambourghini
	Samsung Galaxy Note 8.0
	Motorola Droid XYBOARD
	Samsung Galaxy Tab 8.9
	Sony Xperia Tablet S
	Samsung Galaxy Note 10.1, Galaxy Tab 10.1 & Galaxy Tab 2 10.1
	Viewsonic ViewPad 10pi
	Motorola Zoom
1280 x 720	Sony Xperia S
	HTC Windows Phone 8X
	HTC One mini
	LG Optimus LTE, Optimus True HD LTE & Optimus 4G LTE
	Sony Xperia T
	Samsung Galaxy Nexus, Galaxy S II HD LTE, Galaxy Pop, Galaxy Premier & Galaxy S II Skyrocket HD
	LG Optimus G, Optimus 4X HD, Optimus LTE2 & Optimus F7
	HTC One X & X+ & XL
	Motorola Droid RAZR HD & Droid RAZR MAXX HD
	Motorola Moto X
	Samsung Galaxy S III & Samsung Galaxy Note II
1024 x 768	
	Apple iPad Mini
	LG Intuition, Optimus Vu & Optimus Vu II
	Apple iPad 1 & 2

Tabel 2.1 Resolusi devices

1024 x 600	Viewsonic ViewPad 10e & ViewPad E100
	HTC EVO View 4G
	Samsung Galaxy Tab, Galaxy Tab 7.0 Plus & Galaxy Tab 2 7.0
	Viewsonic ViewPad E72
	Blackberry Playbook
	Amazon Kindle Fire
1136 x 640	Asus Memo Pad
	Apple iPhone 5, 5S & 5C
960 x 640	Apple iPod Touch (5th generation)
	Apple iPhone 4 & 4S
960 x 540	Apple iPod Touch (4th generation)
	HTC EVO Design 4G
	Sony Xperia P
	Motorola Atrix
	HTC Sensation, Sensation 4G, Sensation HTC Evo 3D, Sensation XE, Evo 4G+, Desire HD2 & One S
	LG Optimus F5
	Motorola Bionic, Photon Q, Droid RAZR, Droid RAZR i, Droid RAZR M & Droid RAZR MAXX
	Samsung Galaxy S4 mini
	Asus PadFone
	HTC One VX

Begitu banyak resolusi yang dipakai sehingga perlu adanya pembatasan resolusi. *Bootstrap* sebagai *framework* dalam pengembangan website telah menentukan batas resolusi dalam script yang mereka susun, berikut merupakan batas resolusi tersebut :

Tabel 2.2 Batas Resolusi

Label	Lebar Layout
Large display	1200px dan lebih
Default	980px dan lebih
Portrait tablets	768px dan lebih
Phones ke tablets	767px dan kurang
Phones	480px dan kurang

Dengan melihat variasi resolusi dan batas resolusi yang ditentukan oleh *Bootstrap* dapat disimpulkan dalam mendesain website perlu dipikirkan layout elemen website untuk tiap batas

resolusi sehingga *interface* dan *experience user* ketika mengunjungi website adalah hampir sama untuk tiap resolusi dan tiap *device*.

Berdasarkan *bootstrap framework* yang menjadi acuan dalam perancangan website PT Kertas Leces ditemukan 5 resolusi dasar untuk seluruh devices yang memiliki banyak macam. 5 resolusi ini ditentukan berdasarkan lebar layar baik portrait maupun landscape.

Jika suatu layar dibaca oleh website memiliki resolusi 768px maka website akan memanggil pengaturan style website dengan resolusi 768px, jika diluar 6 resolusi yang ada maka akan ditentukan batas minimal resolusi yang ada, contohnya jika layar yang digunakan menggunakan resolusi 820px maka website akan membaca dan memanggil pengaturan style website dengan ukuran 768px.

2.4.6 Content Management System

CMS yang direncanakan akan digunakan adalah CMS Wordpress dengan *framework Bootstrap*. Wordpress digunakan dengan alasan kemudahan dalam mengkustom tampilan halaman depan website serta tampilan halaman admin. Ditambah pula dukungan dari komunitas yang telah terbangun sejak tahun 2010 serta adanya *Wordpress Camp* atau biasa disebut *WordCamp Developer and User Conference* sejak tahun 2006.

Penggunaan *framework Twitter Bootstrap* dikarenakan pengembang yang sangat pesat yang menjawab kebutuhan developer dalam membangun website dan aplikasi yang *user friendly* terhadap tiap *devices* dan tiap *browser* yang banyak beredar sekarang.

Wordpress berada di posisi 2 sebagai CMS terbaik di 2016, walaupun pada dasarnya untuk cms tidak ada yang terbaik karena banyak variable yang harus di ukur. Tapi Wordpress menjadi pilihan untuk pengembangan Website Kertas Leces kedepannya Karena beberapa hal, antara lain :

- Wordpress berada di urutan ke 2 sebagai CMS terbaik 2016
- Memiliki prosentase dukungan komunitas lebih tinggi daripada urutan pertama
- Menduduki urutan ke 2 dalam hal kemudahan penggunaan
- Serta kemudahan dalam mengkustom halaman admin jika dibandingkan dengan urutan pertama

2.4.7 Loading Time

Waktu panggil (Loading Time), walaupunada banyak faktor yang akan mempengaruhi waktu panggil (Loading Time) website yang akan kita buka, diantaranya : besar *bandwidth* atau koneksi pengakses, kondisi *webserver* pada saat diakses. Aplikasi yang digunakan dalam

membangun website, dsb. Anda memiliki waktu 8 detik pertama untuk meyakinkan pengunjung untuk meneruskan menjelajahi website anda atau menutup *browser* dan pergi ke website lain. Oleh karena itu letakkan 'sesuatu' di 8 detik pertama tersebut yang bisa menarik perhatian pengunjung.

Oleh karena itu letakkan 'sesuatu' di 8 detik pertama tersebut yang bisa menarik perhatian pengunjung.

Hint : ukuran sebuah halaman web HTML dengan image didalamnya (tanpa flash) adalah kurang lebih 50-60 kb.

2.4.8 Functionality

Functionality adalah suatu bagian dari program yang dipergunakan untuk mengerjakan suatu tugas tertentu yang menghasilkan suatu nilai untuk program website yang akan melibatkan programmer dengan script-scriptnya, misal PHP, ASP, Java, CG, dsb, untuk menciptakan sebuah website yang dinamis interaktif dan bisa mengajak pengunjung berkomunikasi secara langsung. Seberapa baik sebuah website bekerja dapat dilihat dari aspek teknologinya.

2.4.9 Accesibility

Accesibility yaitu memaksimalkan penggunaan sebuah content ketika satu atau lebih indera kita dimatikan atau dikurangi (khususnya mata, ingat bahwa mungkin saja pengunjung website kita adalah orang-orang yang memiliki kekurangan secara fisik.

2.5 Sketsa Layout



Gambar 2.7 Contoh Sketsa

(The Principles of Beautiful Web Design 2007)

Seorang desainer bisa saja menuangkan ide dalam pembuatan interface dengan terlebih dahulu membuat sketsa di atas kertas. Namun untuk kebanyakan orang, langkah ini biasanya dilewatkan dan langsung pada langkah pembuatan layout desain dengan menggunakan *software*.

- **Layout desain**

- Layout halaman Web**

Layout yang digunakan harus konsisten hal itu dimaksudkan agar pengguna dapat mengetahui bahwa ini adalah halaman dari situs yang sama, dan merupakan suatu kesatuan. Hal ini dapat divisualisasikan oleh pengulangan blok identitas dan navigasi yang sama. Dengan warna tersebut dapat membantu untuk menyatukan halaman dari suatu situs website. Banyak *software* yang dapat digunakan membuat layout. Salah satu diantaranya adalah *Macromedia* dan *Adobe*, proses ini dikerjakan setelah pembuatan sketsa desain. Namun terkadang pembuatan layout merupakan proses yang pertama kali dikerjakan. Untuk program *Flash* *Resolusi dimensi file 800 x 600 pixel*.

- **Menentukan Type Font (Typography)**



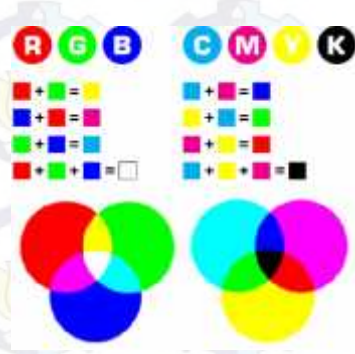
Helvetica
Times New Roman
Edwardian Script
Arial Italic
Script MT
Comic Sans MS
Monotype Corsiva

Gambar 2.8 Type Font

Dalam menentukan teks pada web kita harus membandingkan terlebih dahulu jenis *font* untuk *headline*, navigasi dan *footer*. Untuk *type font* pada Headline ukurannya dibuat lebih besar dan kontras dari pada font lainnya. Sedangkan pada *font content*, isi, navigasi dan *footer* ukuran dan jenisnya dapat disesuaikan dengan mata pengguna. Dalam *type font* kolom *content* setidaknya menggunakan jenis *font sans-serif* seperti *Arial*, *Trebuchet* dan *Verdana* untuk kemudahan pengguna dalam memperoleh informasi yang diberikan.

- **Menentukan Warna**

Warna yang ditampilkan pada layar komputer terutama pada desain situs web menggunakan model warna *aditif*. Dalam model warna *aditif*, warna ditampilkan dalam presentase merah, hijau, dan biru (RGB). Hal ini berbeda dengan hasil media cetak printer atau warna subtraktif, warna yang dihasilkan berupa empat warna yaitu CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black). Menurut literatur "*Color and Layout for the artistically Overwhelmed*" pengarang Linda Goin dalam warna website menggunakan skema penentuan kode RGB.



Gambar 2.9 Color Premier RGB dan CMYK

- **Memberikan Navigasi**
 - **Desain Navigasi**



Gambar 2.10 Navigasi Icon

(The Principles of Beautiful Web Design 2007)

Desain Blok utama navigasi harus jelas terlihat pada halaman, dan setiap link harus memiliki deskriptif judul. Sebuah struktur navigasi yang tidak hanya berubah pada tampilan di *hover mouse*, tetapi juga menunjukkan halaman tersebut aktif atau tidak. Seperti halnya menu yang ditunjukkan pada gambar membantu pengguna mengenali dimana mereka berada, dan bagaimana untuk mendapatkan ke halaman situs yang mereka inginkan.

Contoh navigasi diatas adalah semiotik yaitu merupakan ilmu komunikasi yang mempelajari tentang tanda-tanda. Dalam hal ini diharapkan pengunjung dapat dengan mudah dan cepat mengerti ketika melihat tanda dan gambar yang ada dalam suatu website. Pengaplikasian Semiotik pada desain *Home* dan *Heading banner* website PT. Kertas Leces.

2.6 Konsep Desain Website

Pada intinya konsep mendesain tampilan website sangat berkaitan dengan desain grafis, dan pada dasarnya mengikut prinsip desain grafis secara umum. Oleh karena itu alangkah

baiknya jika dalam mendesain halaman tampilan website juga memperhatikan prinsip desain. Prinsip-prinsip desain tersebut adalah:

a. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan sebuah upaya untuk menggabungkan unsur-unsur desain menjadi suatu bentuk yang proporsional dan menyatu satu sama lain ke dalam sebuah media. Kesatuan desain merupakan hal yang penting dalam sebuah desain, tanpa ada kesatuan unsur-unsur desain akan terpecah berdiri sendiri-sendiri tidak memiliki keseimbangan dan keharmonisan.

b. Keberagaman (*variety*)

Keberagaman dalam desain bertujuan untuk menghindari suatu desain yang monoton. Untuk itu diperlukan sebuah perubahan dan pengkontrasan yang sesuai. Adanya perbedaan besar kecil, tebal tipis pada huruf, pemanfaatan pada gambar, perbedaan warna yang serasi, dan keragaman unsur-unsur lain yang serasi akan menimbulkan variasi yang harmonis.

c. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan adalah bagaimana cara mengatur unsur-unsur yang ada menjadi sebuah komposisi yang tidak berat sebelah. Keseimbangan dapat tercapai dari dua bagian, yaitu secara simetris yang terkesan resmi/formal yang tercipta dari sebuah paduan bentuk dan ukuran tata letak yang sama, sedangkan keseimbangan asimetris memberi kesan informal, tapi dapat terlihat lebih dinamis yang terbentuk dari paduan garis, bentuk, ukuran, maupun tata letak yang tidak sama namun tetap seimbang.

d. Ritme/irama (*rhythm*)

Aliran secara keseluruhan terhadap desain selalu menyiratkan irama yang nyaman. Suatu gerak yang dijadikan sebagai dasar suatu irama dan ciri khasnya terletak pada pengulangan-pengulangan yang dilakukan secara teratur yang diberi tekanan atau aksent. Ritme membuat adanya kesan gerak yang menyiratkan mata pada tampilan yang nyaman dan berirama.

e. Keserasian (*harmony*)

Keserasian sebagai usaha dari berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu komposisi utuh agar nikmat untuk dipandang. Keserasian adalah keteraturan di antara bagian-bagian suatu karya.

f. Proporsi (*proportion*)

Proporsi merupakan perbandingan antara suatu bilangan dari suatu obyek atau komposisi. Bisa dikatakan bahwa proporsi merupakan kesesuaian ukuran dan bentuk hingga

tercipta keselarasan dalam sebuah bidang. Ada tiga hal yang berkaitan dengan masalah proporsi, yaitu penempatan susunan yang menarik, penentuan ukuran dan bentuk yang tepat, dan penentuan ukuran sehingga dapat diukur atau disusun sebaik mungkin.

g. Skala (*scale*)

Skala adalah ukuran relatif dari suatu obyek, jika dibandingkan terhadap obyek atau elemen lain yang telah diketahui ukurannya. Skala berhubungan dengan jarak pandang atau penglihatan dengan unsur-unsur yang telah dimunculkan dan faktor keterbacaan. Skala juga sangat berguna bagi terciptanya kesesuaian bentuk atau obyek dalam suatu desain.

h. Penekanan (*emphasis*)

Frank Jeffkin (1997:246) menyebutkan bahwa: “Dalam penekanan, all emphasis is no emphasis, bila semua ditonjolkan, maka yang terjadi adalah tidak ada hal yang ditonjolkan. Adanya penekanan dalam desain merupakan hal yang penting untuk menghindari kesan monoton. Penekanan dapat dilakukan pada jenis huruf, ruang kosong, warna, maupun yang lainnya akan menjadikan desain menjadi menarik bila dilakukan dalam proporsi yang cukup dan tidak berlebihan.

2.7 Elemen-elemen desain web

Elemen desain adalah alat yang nyata dalam mewujudkan prinsip-prinsip desain. Elemen ini adalah bagian utama sebuah desain. Hal yang paling mendasar dari elemen desain adalah:

- **Teks**

Bagian yang paling utama untuk menampilkan sebuah informasi.

- **Garis**

Garis membantu menggabungkan 2 bidang berbeda, membuat keteraturan, mengarahkan pandangan dan memberikan kesan bergerak. Dengan kemampuan yang baik, penggunaan garis dapat meningkatkan keterbacaan, bentuk dan pesan sebuah desain.

- **Bentuk**

Bentuk hati sebagai contoh, dapat menyampaikan arti yang *universal* dan pada saat bersamaan dapat menjadi bagian utama dalam sebuah desain.

Ukuran, elemen desain lainnya yang membuat perbandingan ukuran satu bentuk terhadap bentuk lainnya dalam satu halaman desain.

Warna

Warna dalam layout dapat menyampaikan *moods*, membuat gambar, menarik

perhatian, dan mengidentifikasi objek. Ketika memilih warna untuk publikasi atau halaman web, tentang apa yg ingin Anda lakukan dan ke warna apa yg cocok untuk tujuan anda.

- **Elemen tekstur dan bidang/ ruang**

Tekstur menggambarkan suatu bentuk dengan visualisasi permukaannya. Ini bisa dihasilkan dengan menggunakan garis, bentuk atau foto khusus tentang suatu permukaan. Pemilihan tekstur yang baik dapat menghidupkan suatu gambar yang 'datar' atau biasa saja.

- **Interactive link**

Dapat menggunakan *button tag* berupa teks, simbol, grafik, maupun image, yang berfungsi untuk memudahkan pengunjung dalam menelusuri suatu website.

2.8 Psikologi Warna

Ahli fisiologi dan psikologi menjelaskan banyak orang yang mengidentikkan warna dengan karakter seseorang. Begitu juga dengan dunia usaha. Pembuatan website adalah satu hal yang sangat penting. Dalam setiap aspek perusahaan yang cukup besar akan selalu memerlukan website. Website ini adalah salah satu media yang akan menjadi wajah perusahaan saat bertemu dengan *customer*. Jadi tugas awal adalah membuat konsep web yang menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Poin penting didalamnya adalah warna. Sebagai catatan warna favorit kita belum tentu sesuai dengan warna pada website.

Pengguna internet sekarang mengharapkan untuk lebih dibuat kagum oleh warna. Lebih dari apapun, mereka terekspos oleh website, iklan TV, film, *software* dan game komputer yang kreatif dan kaya akan warna. Seni grafis yang imajinatif, teranimasi dan kadang rumit telah meraih suatu tingkatan baru dibidang seni. Pada tingkatan ini, para konsumen mengharapkan suatu pembelajaran serta hiburan disaat yang bersamaan.

Untuk dapat menyampaikan suatu pesan tertentu pada pembaca, perlu adanya suatu pemahaman yang baik terhadap teori warna dan palet warna apa yang akan digunakan untuk menyampaikan suasana tertentu. Berikut ini adalah paparan mengenai karakteristik warna menurut Leatrice Eiseman;

- Pallette warna **Woodland**

Pallette warna *Woodland* menggabungkan warna hijau dan coklat untuk menciptakan nuansa natural yang hangat serta tradisional.



Gbr 2.11 Pallette warna Woodland

- Pallette warna **Provocative**

Pallette warna *Provocative* adalah palet warna yang menggoda, perpaduan antara merah-magenta untuk merepresentasikan konflik ataupun emosi dari cerita.



Gbr 2.12 Pallette warna Provocative

- Pallette warna **Contemplation**

Pallette warna yang cenderung kuat-provokatif. Tegap dan rumit. Merupakan kombinasi dari biru-hijau-abu untuk membangun suasana malam yang mencekam dan serius.



Gbr 2.13 Pallette warna Contemplation

a. Warna Dasar – Primer

Warna dasar terdiri dari 2 golongan. Golongan pertama terdiri dari 3 warna dasar yaitu merah, kuning dan biru. Golongan kedua terdiri dari 3 warna dasar juga yaitu merah, hijau dan biru. Golongan pertama digunakan sebagai warna dasar untuk melihat benda dan golongan kedua untuk melihat cahaya, warna dasar yang terlihat saat kita menonton TV ataupun layar monitor dikomputer.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder dihasilkan dari percampuran 2 jenis warna dasar. Misalnya : Merah + Kuning = Oranye.

c. Warna Tersier

Warna tersier merupakan hasil dari penggabungan warna sekunder dengan 1 jenis warna primer. Contoh: Oranye + Merah = Merah-oranye.

1. Warna Merah

Warna merah memberi arti gairah dan memberi energy dan menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Dalam psikologi warna merah merupakan simbol dari energi, gairah, *action*, kekuatan dan kegembiraan. Dominasi warna merah mampu merangsang indra fisik seperti meningkatkan nafsu makan.

Negatifnya warna merah identik dengan kekerasan dan kecemasan. Untuk menjaga keseimbangannya warna merah baik jika dipadukan dengan warna biru muda.

2. Warna Oranye

Oranye merupakan kombinasi antara warna merah dan kuning, Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat. Warna ini merupakan symbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Warna oranye sebagai peleburan dari warna merah dan kuning, sama-sama memberi efek yang kuat dan hangat. Namun sekedar catatan bahwa warna oranye juga dapat memberi kesan murah jika digunakan terlalu dominan, karena warna ini memberi kesan mudah untuk dijangkau.

3. Warna Kuning

Warna kuning memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Dengan kata lain warna ini juga mengandung makna optimis, semangat dan ceria.

Dari sisi psikologi keberadaan warna kuning dapat merangsang aktivitas pikiran dan mental. Namun negatifnya mereka juga orang yang mudah cemas, gelisah dan sering dikuasai ketakutan, terlebih dalam menghadapi orang yang juga sedang merasa tertekan ataupun stress mereka cenderung menjadi terlalu kritis dan menghakimi.

4. Warna Biru

Warna biru umumnya memberi efek menenangkan dan diyakini mampu mengatasi insomnia, kecemasan, tekanan darah tinggi dan *migraine*. Didalam dunia bisnis warna biru disebut sebagai warna *corporate* karena hampir sebagian besar perusahaan menggunakan biru sebagai warna utamanya. Hal ini dikarenakan warna biru mampu memberi kesan profesional dan kepercayaan. Diyakini bahwa warna biru dapat merangsang kemampuan berkomunikasi, ekspresi *artistic* dan juga sebagai symbol kekuatan. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna biru tua mampu merangsang pemikiran yang jernih dan biru muda membantu menenangkan pikiran dan meningkatkan konsentrasi.

5. Warna Hijau

Warna hijau adalah warna yang identik dengan alam dan mampu memberi suasana tenang dan santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna hijau sangat membantu seseorang yang berada dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu dalam menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Hal ini diyakini sebagai efek rileksasi dan menenangkan yang terkandung dalam warna ini. Didalam bidang design warna hijau memiliki nilai tersendiri karena dapat memberi kesan segar dan membumi terlebih jika dikombinasikan dengan warna coklat gelap.

6. Warna Hitam

Warna hitam adalah warna yang akan memberi kesan suram, gelap dan menakutkan namun juga elegan. Karena itu elemen apapun jika dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat menarik .

7. Warna Putih

Salah satu kelebihan warna putih adalah kemampuannya untuk membantu memberi kesan kebebasan dan keterbukaan. Kekurangan warna putih adalah dapat memberi rasa sakit kepala dan mata lelah jika warna ini terlalu mendominasi. Bagi pekerja kesehatan warna putih memberi kesan steril. Putih sebagai warna yang murni dan tidak menggunakan campuran apapun. Untuk design yang minimalis penggunaan warna putih dapat menjadi pilihan yang tepat.

8. Warna Coklat

Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Kelebihan lainnya adalah warna coklat dapat menimbulkan kesan modern, canggih dan mahal karena kedekatannya dengan warna emas. Secara psikologis warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan.

2.9

Layout

a. Unity

Unity tidak berarti hanya kesatuan dari elemen-elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara yang fisik dan yang non-fisik yaitu pesan atau komunikasi yang di bawa dalam konsep desain.

b. Balance

Balance terdapat 2 macam, yaitu balance simetris dan balance asimetris.

Kelebihan *layout* asimetris adalah secara optis keseluruhan penampilannya jauh lebih efektif daripada layout yang simetris.

Kesan formal yang dibawa oleh keseimbangan simetris cocok untuk desain yang membawa pesan konvensional, berpengalaman, terpercaya, kokoh. Sedangkan keseimbangan asimetris cocok untuk desain-desain yang modern, hi-tech, bersahabat, dan mudah.

c. Sequence

Berdasarkan penelitian Dr. Mario R. Garcia dan Pegie Stark tahun 2007, pada umumnya orang membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah.

Arah gerak mata juga dipengaruhi oleh perbedaan pada suatu objek, seperti warna, ukuran, *style*, dan lain-lain. Kecenderungan lain adalah membaca dengan sekuense seperti huruf Z, C, L, T, I.

d. Emphasis

Emphasis dibentuk dari kontras yang diciptakan lewat ukuran, posisi, warna, bentuk. Dan juga dapat diciptakan lewat elemen layout yang mengandung pesan unik, emosional dan kontroversial.

2.10 Sejarah PT. Kertas Leces

PT. Kertas Leces adalah pabrik kertas tertua nomor dua di Indonesia, setelah pabrik kertas Padalarang, yang mana didirikan pada masa penjajahan Belanda, tepatnya tahun 1939 dan mulai beroperasi tahun 1940 dengan kapasitas produksi sebesar 10 ton/hari, menghasilkan kertas print yang memproses bahan baku jerami dan dilakukan proses pensodaan³. Setelah manajemen ditangani oleh pemerintah Indonesia, PT. Kertas Leces mengalami perkembangan pembangunan fisik melalui empat tahapan yang dimulai pada tahun 1960 dan berakhir tahun 1986, yang menghasilkan pabrik kertas dan pulp terintegrasi.

Dengan adanya visi misi baru, perubahan sistem, perkembangan signifikan, dan prestasi yang diperoleh, maka PT. Kertas Leces menginginkan adanya perubahan identitas perusahaan yang lebih mewakili visi misi baru dari perusahaan itu sendiri. Hal ini tak lain ditujukan untuk meningkatkan kepercayaan klien pada PT. Kertas Leces serta untuk dapat lebih bersaing baik dengan perusahaan kertas lokal maupun luar negeri.

2.11 Studi Eksisting

PT. Kertas Leces telah mengganti website sebanyak 2 kali sejak pertama kali berdiri hingga saat ini. Dari kedua website tersebut masih belum ada yang bisa menaikkan pamor PT. Kertas Leces dengan pabrik-pabrik kertas yang telah maju.



Gambar 2.14 Tampilan website PT. Kertas Leces

Warna yang digunakan sesuai dengan logo, yaitu biru tua, biru muda, dan putih. Penerapan background dan warna tulisan sudah sesuai sehingga teks dapat dengan jelas terbaca. Namun pada bagian atas keterbacaannya dirasa kurang karena font yang digunakan berwarna orange, mengambil warna dari logo lama. Pada hal ini warna orange tidak menyatu sehingga terlihat mengganggu. Tipografi, font yang digunakan cukup bervariasi pada beberapa bagian namun belum diolah secara menarik. Penulisan terlalu sederhana sehingga membosankan.

Layout ditampilkan dalam 2 grid. Pembagian informasi cukup jelas namun kurang menarik, asal ditampilkan saja. Penggunaan warna biru muda sebagai background membuat layout terlihat biasa saja. Begitu juga dengan hirarki yang digunakan sederhana.

2.12 Kompetitor

- PT. Indah Kiat



Gambar 2.15 Logo PT. Indah Kiat

Sumber : www.ikperawang.com

PT. Indah Kiat adalah saingan berat PT. Kertas Leces. PT. Indah Kiat menjadi perusahaan kelas dunia dan penyedia global pulp berkualitas tinggi, kertas dan produk konversi dengan menggunakan teknologi dan teknik manajemen pelanggan. Sama seperti PT.

Kertas Leces, perusahaan ini juga bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan di luar negeri dan melayani pembelian bahan baku mentah untuk produksi kertas.

Logo PT. Indah Kiat termasuk jenis picture mark sekaligus letter mark, menggunakan bentuk stilasi pohon. Warna yang digunakan adalah hijau muda. Makna dari warna hijau pada logo ini adalah pertumbuhan, sesuai dengan visi perusahaan, yaitu menjadi perusahaan kelas dunia.



Gambar 2.16 Website PT. Indah Kiat

Sumber : www.ikperawang.com

Informasi yang ditampilkan cukup jelas, namun terlalu sedikit dan hanya mengutarakan poin-poinnya saja. Gambar yang ditampilkan menarik dan bervariasi, cukup menjelaskan tentang PT. Indah Kiat. Tidak hanya berupa gambar, website PT. Indah Kiat juga menyajikan interaksi. Layout yang digunakan menggunakan banyak clearspace. Secara keseluruhan website ini terlihat modern.

Warna yang digunakan sudah cukup baik antara background dan tulisan sehingga dapat dibaca. Hanya terdapat 1 warna background putih dan 1 warna font hijau. Namun warna ini sudah bisa mewakili PT. Indah Kiat yang logo dan grafis lainnya berwarna hijau.

Tipografi yang digunakan simpel dan terkesan modern. Dapat terbaca dengan jelas informasinya. Hirarki yang digunakan juga sederhana.

2.13 Komparator

- **PT. Kertas Padalarang**



Gambar 2.17 Logo PT. Kertas Padalarang

Sumber : www.kertas-padalarang.co.id

PT. Kertas Padalarang memiliki sejarah yang cukup panjang, didirikan pada tanggal 22 Mei 1922 dengan nama NV Papier Fabriek Padalarang yang merupakan cabang dari NV. Papier Fabriek Nijmegen di negeri Belanda. Pabrik ini merupakan pabrik kertas pertama di Indonesia dan mampu berkembang menjadi pabrik kertas komersial pada masa kini. Perusahaan berbentuk Badan Usaha Milik Negara yang berkedudukan di Padalarang, Bandung Barat ini sebagian besar memproduksi kertas-kertas khusus (*specialty paper*), dimana pada kertas-kertas khusus tersebut ditanamkan pengaman - pengaman yang tidak dapat ditemukan pada kertas - kertas tulis cetak biasa (kertas umum), seperti Akta Catatan Sipil, Kartu Tanda Pengenal, maupun ijazah Perguruan Tinggi swasta.

- **Komitmen PT. Kertas Padalarang**

Menjadi sebuah perusahaan dengan bisnis utama manufaktur kertas sekuriti dan kertas khusus lainnya dengan kemampuan tumbuh secara berkelanjutan. Kertas sekuriti dan kertas khusus lainnya pada ragam produk PT. Kertas Padalarang bernilai tinggi dengan kualitas produk dan layanan secara harga yang kompetitif. Hal ini telah diakui secara luas dan terus menjadi standar untuk sebuah keunggulan. Sebagai pabrik kertas besar di Indonesia, PT. Kertas Padalarang telah menemukan bahwa dedikasi kualitas kertas tidak hanya untuk nama baik, namun juga untuk kepuasan pelanggan. Di sisi lain bahan baku pulp Merang merupakan bagian integral dari rencana bisnis perusahaan, yang membawa keahlian dan pengetahuan dari seluruh bagian dari PT. Kertas Padalarang selama lebih dari 80 tahun pengalaman di lebih dari 80 negara pada tujuh benua.

- **Analisa Logo PT. Kertas Padalarang**

Logo PT. Kertas Padalarang merupakan bentukan picturemark dari tanda centang berwarna biru, merah dan kuning yang artinya “done”, disertai dengan logotype kertas PADALARANG berwarna biru muda. Dimana logo ini telah berubah dari bentukan awal berupa burung hantu yang sedang bertengger di pohon. Penggantian logo beserta sistem grafis ditujukan agar PT. Kertas Padalarang mampu bersaing kembali setelah mengalami kebangkrutan selama kurun waktu 5 tahun.

Warna yang digunakan adalah biru, merah, dan kuning ini bermakna PT. Kertas Padalarang bernasib baik, selalu memiliki energi untuk menjadi pemimpin sebagai pabrik kertas tertua di Indonesia. Untuk logotype merupakan jenis font sans-serif yang terlihat simpel dan modern yang menggunakan warna biru muda. Warna biru melambangkan teknologi dan intelektualitas yang dimiliki oleh PT. Kertas Padalarang untuk terus memperbaiki kualitas perusahaan sehingga dapat menjaga komitmennya untuk menjadi yang terbaik.

Penggunaan bentukan tanda centang ini cukup unik dan dapat dibedakan dari logo-logo dari perusahaan lain yang sejenis, yang umumnya menggunakan bentukan pohon atau burung. Logo ini cukup mudah untuk diaplikasikan karena bentuknya yang sederhana.



Gambar 2.18 Website PT. Kertas Padalarang

Informasi yang ditampilkan jelas dan lengkap, tidak hanya informasi seputar perusahaan, namun juga terdapat informasi mengenai spesifikasi dan keunggulan produk PT. Kertas Padalarang. Selain itu juga terdapat info-info berita mengenai kegiatan terbaru, info lowongan kerja, dan terdapat juga sebuah page yang memuat artikel tentang Padalarang dari surat kabar terbaru, sehingga dapat menarik minat klien.

Warna yang digunakan atraktif, mengambil dari logo dari PT. Kertas Padalarang sendiri. Warna tersebut dikombinasikan dengan putih sebagai background website. Terlebih lagi disediakan ilustrasi produk dan bahan baku di bagian bawah.

Tiporafinya, font yang digunakan merupakan font simpel yang terkesan modern. Keterbacaannya sangat tinggi dan jelas karena menggunakan warna yang kontras dengan background.

Hirarki yang digunakan sederhana terdapat 2 kolom dan mudah dipahami. Website ini juga menerima kritik dan saran pada grid “kontak kami” yang memudahkan klien menghubungi perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Definisi Judul

Dalam penelitian ini judul yang diangkat adalah “Perancangan Website PT. Kertas Leces sebagai media informasi dengan konsep simple natural”. Dengan judul ini maka hal-hal yang akan ditelusuri adalah studi tentang media informasi berupa website. Aspek-aspek yang akan ditelusuri adalah aspek mengenai perancangan sebuah *website* yang dapat digunakan sebagai media informasi. *Website* sebagai media informasi suatu perusahaan diharapkan dapat menjadi sarana perusahaan tersebut agar dapat menyampaikan informasi tertentu kepada konsumennya.

3.1.1 Website Sebagai Sarana Media Informasi

Website merupakan salah satu jenis media informasi yang mengandalkan teknologi sebagai bentuk proses penyebarannya melalui dunia internet. Di akhir tahun 2013, jumlah pengguna internet di Indonesia terhitung sebanyak 71,19 juta orang. Hal tersebut menjadikan hal yang positif untuk melakukan suatu pengenalan, publikasi, ataupun tujuan marketing lainnya yang menggunakan akses internet sebagai media penyebarannya. Tujuan utama dari memberi informasi dan publikasi akan sangat diperlukan bagi sebuah perusahaan jasa ataupun perusahaan yang bergerak di bidang produksi kertas agar perusahaan tersebut lebih dikenal oleh banyak orang.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Perencanaan

1. Mendefinisikan dan menganalisa masalah yang ditemukan.
2. Mencari solusi dari analisa masalah yang terjadi pada media yang biasa dipakai dalam mempromosikan PT. Kertas Leces.
3. Analisa *audience*, berupa wawancara.
4. Dari analisa masalah, teori, eksisting dan *audience* kemudian ditentukan konsep perancangan media.
5. Konsep tersebut selanjutnya di breakdown menjadi beberapa definisi yang kemudian dipilih untuk ditarik menjadi *keyword*.

3.2.2 Perancangan

1. Keyword diturunkan menjadi variabel – variabel dasar perancangan media pembelajaran seperti warna, gaya gambar, font.
2. Tahap desain mencakup 4 langkah yaitu, *alternative thumbnail*, *rough desain*, *comprehensive design* dan *final design*.
3. Perancangan *final design* yang terpilih.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data Primer

- **Wawancara Mendalam**

Dalam perancangan kali ini wawancara mendalam sangat diperlukan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan yang akan digunakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan sesuai adalah sebagai berikut :

- a. Hasil wawancara eksklusif dengan beberapa kepala bagian beserta staf IT pihak PT. Kertas leces
- b. Studi eksisting dan studi komparator
- c. Literatur dan teori yang berhubungan mengenai *website*

Dalam pencarian data yang valid, diperlukan berbagai sumber dan melalui Wawancara dilakukan kepada beberapa orang kepala bagian beserta staf PT. Kertas Leces yang bersangkutan mengenai penelitian ini. Berikut adalah jenis sumber data yang diperoleh untuk perancangan ini.

Depth interview dengan beberapa kepala divisi :

- Bapak Budi Kusmarwoto selaku Presiden Direktur
- Bapak Syarif Hidayat selaku Direktur Produksi dan Pengembangan
- Bapak Tjatur Iman selaku Staf IT

Protokol Wawancara :

- Diferensiasi PT. Kertas Leces
- SWOT PT. Kertas Leces
- Mandatori desain

- *Turn around* manajemen PT. Kertas Leces

- **Observasi**

Observasi juga dilakukan di kantor Kertas Leces dengan tujuan mengamati secara langsung budaya kerja dan komunikasi yang dilakukan antar sesama karyawan guna mengetahui karakteristik Kertas Leces yang nantinya juga akan digunakan dalam menentukan *how to say* perancangan. Beberapa temuan terkait kondisi dan budaya kerja di PT. Kertas Leces adalah sebagai berikut:

1. PT. Kertas Leces merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di ranah produksi kertas
2. Suasana kantor PT. Kertas Leces cenderung kaku
3. Mekanisme kerja teratur dalam artian pegawai datang tepat waktu dan segera mengerjakan tugas masing-masing
4. Sistem kerja di PT. Kertas Leces sudah tertata dengan baik sehingga tidak ada karyawan yang menganggur pada jam kerja
5. Komunikasi yang digunakan oleh para karyawan bersifat formal
6. Penerapan seragam kantor untuk seluruh karyawan
7. Terdapat banyak sekali tumpukan produk kertas dan buku di sudut-sudut kantor pada ruang pegawai lantai satu.

Observasi juga dilakukan guna mengamati secara langsung pengaplikasian media website yang dikeluarkan oleh PT. Kertas Leces sebagai media informasi. Keseluruhan media tersebut ternyata memang belum teraplikasi secara konsisten. Observasi juga dilakukan dengan melihat berbagai macam situs web lainnya yang dibuat menarik secara visual maupun secara teknis pembuatan. Hal ini akan membantu penulis dalam proses perancangan sebuah *website* dan dapat mengetahui desain *website* yang modern saat ini.



Gambar 3.1 Layout Macbook (Sumber data www.apple.com/macbook/)

Informasi yang ditampilkan cukup jelas. Gambar yang ditampilkan menarik dan bervariasi, cukup menjelaskan tentang produk Apple. Secara keseluruhan website ini terlihat modern.

Warna yang digunakan sudah cukup baik antara background dan tulisan sehingga dapat dibaca. Terkesan simple dan bersih, hanya menggunakan warna putih dan silver. Namun warna ini sudah bisa mewakili website Apple.

Tipografi yang digunakan simpel dan terkesan modern. Dapat terbaca dengan jelas informasinya. Hirarki yang digunakan juga sederhana.



Warna yang digunakan sesuai dengan logo, yaitu biru tua dan putih. Penerapan background dan warna tulisan sudah sesuai sehingga teks dapat dengan jelas terbaca.

Tipografi, font yang digunakan cukup bervariasi pada beberapa bagian namun belum diolah secara menarik. Penulisan cukup sederhana namun memuat banyak berita.

Pembagian informasi cukup jelas namun kurang menarik, asal ditampilkan saja. Penggunaan warna biru sebagai background membuat layout terlihat biasa saja. Begitu juga dengan hirarki yang digunakan sederhana.



Gambar 3.3 Layout Nat-Geo (Sumber Data <http://www.nationalgalleries.org>)

Informasi yang ditampilkan jelas dan lengkap, tidak hanya informasi seputar perusahaan, namun juga terdapat informasi mengenai spesifikasi artwork yang user butuhkan. Selain itu juga terdapat info-info berita mengenai kegiatan terbaru, sehingga dapat menarik minat klien.

Warna yang digunakan atraktif ini diambil dari warna artwork. Warna tersebut dikombinasikan dengan putih sebagai background website.

Tiporafinya, font yang digunakan merupakan font simpel yang terkesan modern. Keterbacaannya sangat tinggi dan jelas karena menggunakan warna yang kontras dengan background.



Gambar 3.5 Layout Warhol (Sumber Data <http://www.warhol.org>)

Informasi yang ditampilkan terdapat pada navigasi utama. Navigasi tersebut sudah mengkatagorikan informasi yang dibutuhkan user. Navigasi ini ada di setiap halaman, jika user ingin mencari info navigasi utama, user tidak perlu susah. halaman utama juga berisi tentang event yg diadakan.

Warna yang digunakan sederhana, dominasi warna gradasi hitam putih. Warna tersebut dikombinasikan dengan abu-abu muda sebagai background website.

Font yang digunakan merupakan font sans-serif, font untuk headline nya dibedakan dengan bold. Keterbacaannya cukup jelas karena menggunakan warna yang kontras dengan background. Navigasi yang dipilih oleh user akan menyala berwarna biru muda.

3.3.2 Sumber Data

Data sekunder berfungsi guna memperkuat informasi yang berasal dari data primer. Berikut jenis-jenis data sekunder.

- Artikel dari buku, majalah dan koran
- Media Internet
- Buku panduan PT. Kertas Leces
- Studi Eksisting

3.4 Teknik Sampling

Adapun penggunaan *depth interview* untuk memperoleh rumusan masalah yang akan diselesaikan serta mengetahui karakter dari tiap – tiap target audiens sehingga output desain website yang dibuat dapat diterima target audiens dan secara efektif membantu mengatasi permasalahan yang ada.

3.4.1 Populasi

Berdasarkan judul perancangan, maka target audiens yang dituju untuk output website PT. Kertas Leces ini adalah pengguna internet dewasa awal 25- 32 tahun.

1. Geografis

Berdasarkan letak geografis proses pembuatan dan keterkaitan dengan tugas mata kuliah, maka audiens yang akan dituju adalah para pengguna website yang ingin mengetahui dan mengenal PT. Kertas Leces.

2. Demografis

- Dewasa awal laki-laki dan perempuan usia 32-40 tahun.
- Pendidikan minimal SMA/SMK.
- Khususnya para konsumen yang bergerak dibidang percetakan.

3. Psikografis

Segmentasi psikografis merujuk pada survey melalui *depth interview* yang dilakukan :

- *Up to date* terhadap informasi dan mengikuti perkembangan teknologi

- Menggemari berbagai informasi untuk menambah wawasan dan membina jaringan atau *networking*.
- Rasa ingin tau yang tinggi
- Aktif dan Produktif
- Konsumtif

3.4.2 Sampel

Sampel riset dipilih melalui depth interview dengan karyawan PT. Kertas Leces serta wawancara beberapa narasumber yang terkait langsung terhadap topik bahasan. Narasumber yang dijadikan sebagai sampel antara lain Bapak Budi Kusmarwoto selaku Presiden Direktur, Bapak Syarif Hidayat selaku Direktur Produksi dan Pengembangan, Serta wawancara dengan Staf IT, Bapak Tjatur Iman.

Sampel dilihat dari hasil *survey* melalui *Depth Interview* untuk mengetahui expectasi target segmen yang dilakukan.

1. Profil Responden :

Usia : 32-40 tahun
 Jenis Kelamin : Laki-laki, Perempuan
 Pengeluaran/bulan : Rp. 2.000.000
 Pendidikan : Minimal SMA/SMK
 Tempat tinggal : Jawa Timur

2. Hasil Pengamatan :

- Isi tentang rangkuman *expectasi* dari para pengguna Web PT. Kertas Leces, yang menginginkan kenyamanan saat membuka web PT. Kertas Leces, kecepatan Web agar pengguna web tidak menunggu terlalu lama, adanya informasi yang *Up to date* tentang perkembangan PT. Kertas Leces.
- Kelas Sosial Menengah Keatas, dapat dilihat dari pengeluaran perbulan diatas Rp 2.000.000.
- Gaya Hidup Cenderung Konsumtif. Dengan berbagai keinginan yang dimilikinya, mereka membutuhkan suatu gaya hidup yang serba praktis. Kebanyakan dari mereka juga mengikuti perkembangan berita yang ada.

3.5 Teknik Desain

Sebelum melakukan proses perancangan website dan menentukan konsep desain *website*, diperlukan tentang pemahaman permasalahan utama tentang problematika desain yang berikutnya akan diselesaikan melalui desain sehingga terbentuklah konsep perancangan mengenai *website* tersebut. proses perancangan tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

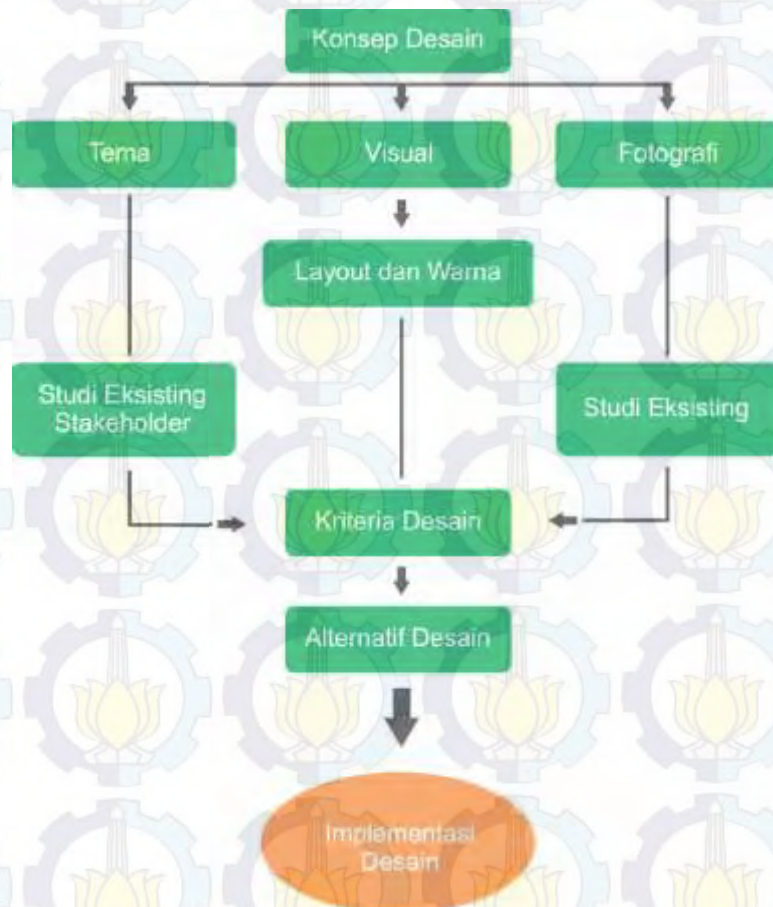
Pada tahapan ini, langkah awal yang dilakukan sebelumnya adalah dengan menganalisa fenomena yang terjadi di Pabrik Kertas PT. Kertas Leces. Setelah fenomena ditentukan, langkah selanjutnya adalah menganalisa permasalahan yang berkaitan dengan fenomena tersebut. Tahap ini bisa dilihat pada bagan di bawah ini.



Gambar 3.1 Proses Penentuan Konsep Desain

Proses perancangan dimulai dengan melihat adanya fenomena mengenai PT. Kertas Leces yang memproduksi kembali dan mulai menyesuaikan jaman teknologi informasi karena bertambahnya jumlah pengguna internet yang terdapat di Indonesia. Dengan adanya fenomena tersebut, dapat dilihat dengan jelas bahwa hal tersebut dapat dijadikan sebagai sarana informasi dengan media *online* melalui internet. Hal ini juga menjadikan salah satu peluang bagi pihak PT. Kertas Leces untuk dapat dikenal pengguna. Dari fenomena yang terlihat, dapat ditemukan beberapa problematika terhadap pihak perusahaan seperti kurang adanya media informasi berbentuk *online*. Dari identifikasi masalah yang ditemukan diatas, dapat dilihat tentang pengaruh urgenitas terhadap perancangan ini dan kepentingan perancangan ini menurut dasar problematika yang ada.

Segala bentuk perancangan tampilan *website* diserahkan seluruhnya diserahkan kepada penulis dengan bantuan *depth interview* populasi mengenai tampilan *website*, yang kemudian ditinjau ulang melalui teori-teori literatur yang bersangkutan sehingga hasil konsep alternatif desain dapat sesuai dengan karakteristik target audiens. Beberapa hasil alternatif-alternatif desain tersebut nantinya akan dipollingkan kepada target audiens agar *output* dari perancangan *website* ini menjadi lebih efektif dalam penggunaannya.



Gambar 3.2 Kerangka Berpikir

3.6 Penentuan Variabel Desain

Penentuan variabel desain meliputi elemen – elemen yang ada dan nantinya disampaikan di dalam *website*. Variabel desain tersebut antara lain:

1. Interaksi (*User Interaction*)

Interaksi sangat penting ketika menyangkut media aplikasi, karena aplikasi pada dasarnya bersifat interaktif, yaitu antara pengguna atau *user*, dengan aplikasi tersebut. Jadi interaksi

memainkan peran yang sangat vital. Terlebih lagi pada website ini nantinya akan ditampilkan beragam informasi seputar PT. Kertas Leces.

2. Gambar / Animasi / Foto

Gambar / Animasi / Foto memiliki fungsi untuk menampilkan tempat, profil, kegiatan, ulasan, ataupun juga keanekaragaman dari kertas. Selain itu juga berfungsi sebagai informasi penjabar selain menggunakan bahasa verbal. Foto mampu memperkuat serta menampilkan informasi yang lebih jelas tentang keseluruhan kegiatan dan memberikan pesan akurat kepada para pembaca. Kemudian gambar / ilustrasi dan animasi, mampu memberikan penjelasan yang tidak mampu dijelaskan oleh verbal maupun fotografi. Sehingga keduanya merupakan unsur penting yang saling menyeimbangkan satu sama lain. Selain itu karena aplikasi bersifat interaktif, penggunaan animasi serta video akan membuat pengguna tidak cepat bosan dan membuat aplikasi atau tampilan lebih menarik.

3. Konten

Konten atau pesan di dalam website informasi PT. Kertas Leces merupakan jawaban dari permasalahan yang ada yakni kurangnya pengetahuan maupun informasi tentang PT. Kertas Leces bahkan perakit sendiri. Apabila konten yang lengkap dipadukan dengan kerapian penataan baik visual maupun verbal, maka akan mempermudah pengguna untuk memahami konten – konten dari website informasi PT. Kertas Leces yang ada dan akan membuat nyaman pengguna.

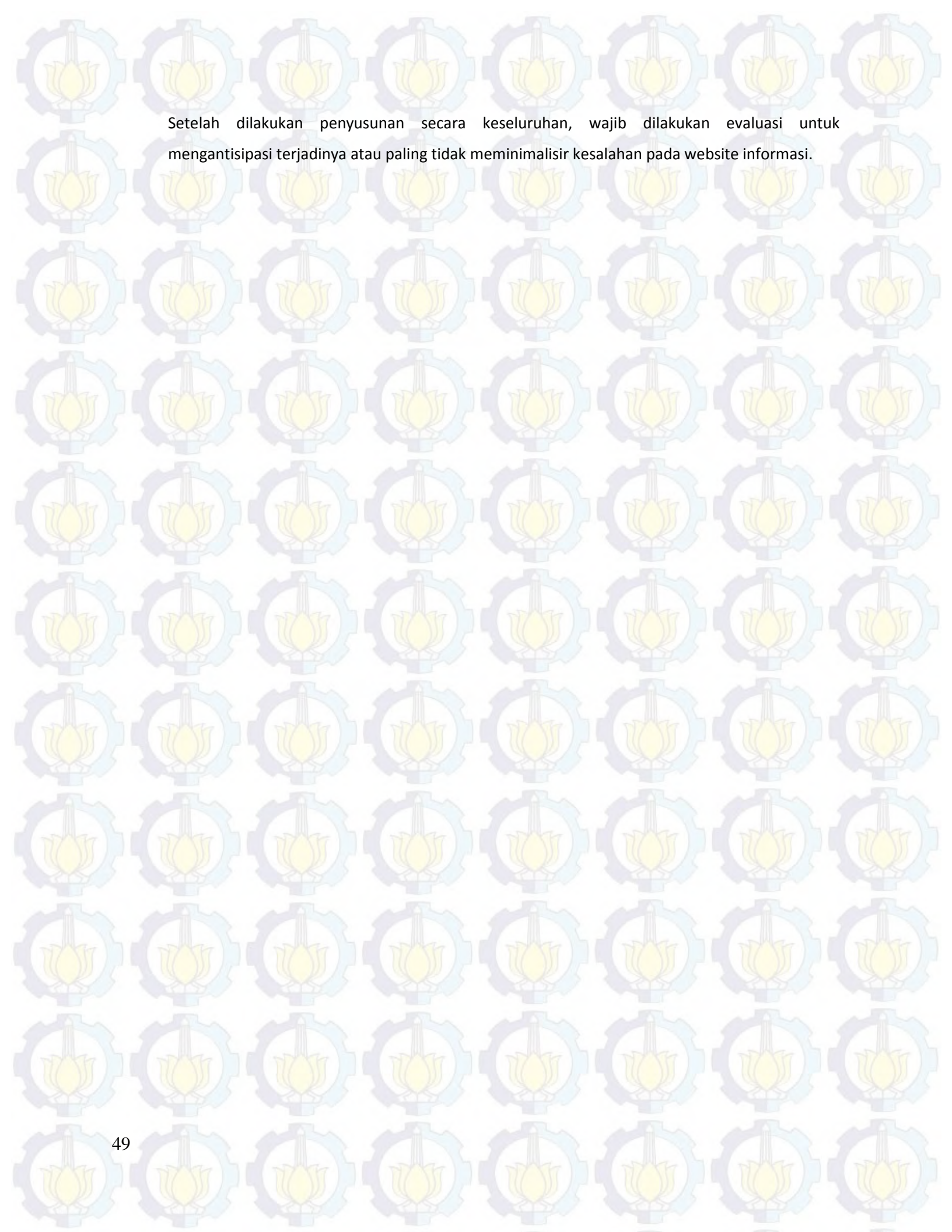
4. Warna

Penggunaan warna yang tepat, dan sesuai dengan Penggunaan warna yang tepat, dan perpaduan yang sesuai dengan unsur – unsur visual, ikut mempengaruhi suasana yang dibangun dari website ini sebagai media informasi.

5. Layout

Penataan layout harus memiliki satu kesatuan, karena baik text maupun visual, sebaiknya dibuat terintegrasi antara yang satu dengan yang lain dan membangun sebuah layout dengan tujuan dan konsep yang dibawa. Sehingga pembaca menjadi nyaman untuk menikmati teks dan visual yang ada. Layout visual akan dirancang berdasarkan eksisting dan komparator, serta berdasarkan acuan literature. Alternatif layout yang dibuat nantinya akan kembali dilakukan polling melalui kuisioner pada pasar karyawan juga konsultasi dengan pihak stakeholder.

6. Evaluasi



Setelah dilakukan penyusunan secara keseluruhan, wajib dilakukan evaluasi untuk mengantisipasi terjadinya atau paling tidak meminimalisir kesalahan pada website informasi.

BAB IV

KONSEP DESAIN

4.1 Konsep Desain Website

Perancangan website ini selain bertujuan untuk merepresentasikan bidang kerja, media komunikasi dan wadah penyedia informasi, media ini juga dapat digunakan sebagai sarana pemasaran PT. Kertas Leces baik secara langsung ataupun tidak langsung kepada para pelanggan/konsumen. Para konsumen dapat melihat informasi mengenai PT. Kertas Leces dari website kapan saja dan dimana saja ketika mereka online. Di lain sisi, hal ini juga mempermudah PT. Kertas Leces untuk menjalin komunikasi dengan konsumen melalui email, *live chat* ataupun informasi kontak yang ada di halaman website. Website ini juga harus dapat mengakomodir nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh *stakeholder* kepada konsumen, nilai dalam hal ini adalah *friendly* dan berkompeten.

Penentuan konsep desain website ini disesuaikan dengan hasil observasi langsung terhadap lokasi dan wawancara dengan pihak yang terkait. Hal ini juga disesuaikan dengan *brand positioning goal* PT. Kertas Leces yaitu salah satu pabrik kertas di Indonesia yang menggunakan bahan baku kertas bekas dan sisa (ampas tebu dan serat pisang abaca). Inilah yang menjadi modal PT. Kertas Leces untuk menuju *Ecolabeling Brand*, ingin lebih mengedepankan positioning tersebut sebagai wujud tanggung jawab perusahaan pada pelestarian Lingkungan. Dan tentunya dengan diikuti peningkatan kualitas secara teknologi modern dan material yang mereka pakai.

Konsep utama pada perancangan Website PT. Kertas Leces ini adalah menciptakan sebuah Website yang sederhana namun relevan dan juga dapat merepresentasikan bidang kerja sebuah perusahaan pabrik kertas. Sebuah website yang dapat dengan mudah memberikan sebuah informasi secara menyeluruh tentang sebuah perusahaan. Website tersebut juga harus dapat mengakomodir nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh *stakeholder* kepada konsumen, nilai dalam hal ini adalah *friendly* dan berkompeten.

Pengambilan keputusan dalam menentukan konsep desain website diperoleh dari observasi langsung ke lokasi dan poin-poin hasil wawancara yang berhubungan dengan rencana perubahan website PT. Kertas Leces yang kemudian di analisis sehingga memunculkan parameter-parameter yang berguna sebagai acuan dalam membuat website yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan *stakeholder*.

Konsep desain website juga mengacu pada *what to say* dan *how to say* yang diperoleh dari studi visi misi, fenomena, problematika, audit visual, dan karakteristik PT. Kertas Leces. *What to say* sebagai ide yang ingin dikomunikasikan sedangkan *how to say* sebagai acuan maupun benang merah dalam membuat desain website nanti sehingga konsep desain website dapat sesuai dengan karakteristik PT. Kertas Leces. Saat ini PT. Kertas Leces membutuhkan media promosi yang tidak mengeluarkan banyak biaya melalui media Internet seperti website.

Proses pencapaian *Keyword* dapat dilihat pada bagan berikut ini:

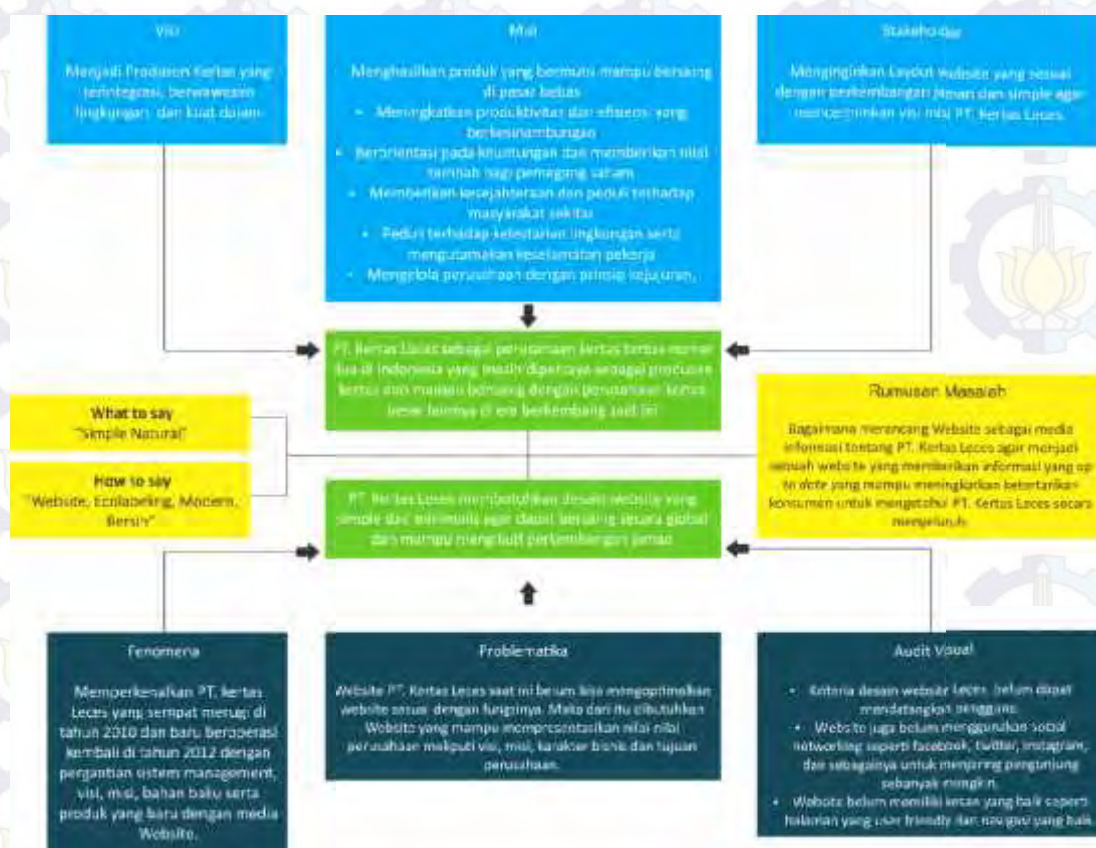


Diagram 4.1 Proses Pencapaian *Keyword* (Sumber: Dokumen Pribadi)

4.1.1 Makna Denotatif

Simple merupakan kata keterangan yang menerangkan tentang kebenaran, kejelasan, kemudahan, dan kesederhanaan.

Natural merupakan sebuah bentuk asli dari alam atau bisa juga diartikan sebagai suatu yang normal dan biasa ada di mana-mana.

4.1.2 Makna Konotatif

Simple Natural, konsep website yang diusung dengan tema yang sederhana sehingga mudah dipahami dengan menampilkan informasi dengan lebih jelas yang secara perlahan akan mudah diterima oleh user layaknya sumber makanan alami yang mudah dicerna oleh tubuh.

Simple and Natural atau dalam artian sederhana dan alami, merupakan *how to say* dalam perancangan ini, dimana hal ini akan menjadi acuan untuk menciptakan desain website yang sesuai dengan karakteristik PT. Kertas Leces. Secara keseluruhan konsep simple dan natural akan menampilkan kesan bahwa PT. Kertas Leces merupakan perusahaan kertas yang berusaha untuk tetap mudah menyatu dengan jaman serta tetap mengikuti perkembangan jaman dengan tetap mempertahankan kealamian dari proses produksi dengan menggunakan bahan baku serat pisang abaca yang ramah lingkungan. PT. Kertas Leces yang kental dengan semangat baru untuk kembali bangkit lagi dengan mengikuti perkembangan jaman serta memberikan pelayanan yang prima kepada setiap pengunjung yang datang sehingga menimbulkan kepuasan. Hal ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan *customer*.

4.2 Kriteria Desain

4.2.1 Perancangan Website

Membentuk suatu image dan opini melalui media promosi website PT. Kertas Leces dengan tujuan sebagai media pendukung untuk penyampaian informasi yang up to date terhadap para konsumen PT. Kertas Leces dan seluruh masyarakat di Indonesia.

- Digunakan untuk menjangkau kelas menengah ke atas, 32-40 tahun
- Membentuk image dan opini tentang PT. Kertas Leces dalam bentuk pemberian informasi mengenai Leces yang lebih *Up to Date*.

4.2.2 Domain

Domain atau bisa disebut dengan domain name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website. Dalam perancangan website ini nama domain yang digunakan adalah www.kertasleces.co.id sesuai dengan domain website resmi PT. Kertas Leces yang terdahulu untuk memudahkan konsumen mengakses website PT. Kertas Leces.

4.2.3 Layout

Mengacu pada trend website 2015, website menggunakan layout dengan *Photography* yang menonjol serta *Longer Scrolling Sites* dan *Storytelling* khusus untuk halaman utama. Jika dilihat sekilas teknik *scroll down* merupakan teknik yang dianggap tidak nyaman secara *ergonomic*. *Scroll down* bukanlah suatu penghalang user untuk melakukannya, *user* akan senantiasa melakukan *scroll down* tanpa segan karena hal tersebut sudah menjadi kebiasaan jari mereka.



Gambar 4.1 Layout Website PT. Kertas Leces

Penataan *Layout* dalam sebuah *website* tidak hanya memperhatikan tipe halaman web yang digunakan, namun juga harus memperhatikan unsur estetik dan alur informasi yang jelas dan mudah dipahami. Sesuai dengan tipe halaman *website* yang digunakan adalah tipe imajinatif dan kontras maka penggunaan elemen foto atau gambar dalam penataan *Layout* harus diutamakan sehingga dapat mengimbangi informasi yang menyertainya.

Sesuai dengan konsep menyimpulkan yang lebih menarik bagi *user* adalah *Layout* yang lebih modern, berwarna, serta lebih menonjolkan gambar dan dengan *text* untuk

menginformasikan Leces. Selain itu *website* PT. Kertas Leces ini memiliki pembagian *Layout* yang menganut prinsip desain yaitu *balance*. Dngantampilan *balance* akan muncul pembagian yang imbang antara gambar atau foto dengantulisan di setiap halamannya.

4.2.4 Tipografi

Sesuai dengan studi hirarki tipografi yang ada, tipografi yang digunakan pada *website* PT. Kertas leces ini memiliki tiga jenis tipografi. Jenis *font* utama yang akan digunakan adalah Calibri, Gotham Light dan Verdana. Untuk body text sebagai pengisi content informasi, digunakan *font* yang sederhana agar jelas keterbacaannya.



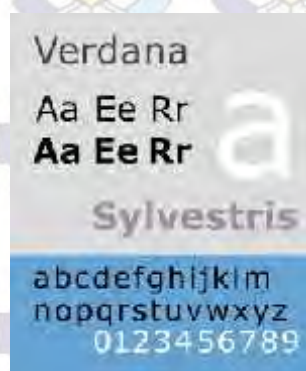
Gambar 4.2 Tampilan font pada Header Website

Jenis *font* tersebut dipilih karena *font* tersebut merupakan jenis *font* san serif yang bisa digunakan untuk segala jenis tujuan. Untuk huruf yang menjadi header halaman *website* menggunakan *font* Calibri, *Font* ini berdasarkan kuesioner kriteria desain menunjukkan bahwa *font* tersebut dapat mengkomunikasikan Informasi tentang PT. Kertas Leces.

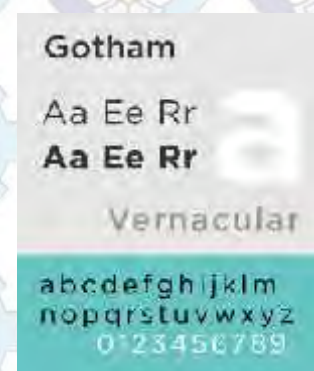
Typography yang baik mengarah pada keterbacaan, kemenarikan dan desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya dan karakter atau menjadi karakteristik bagi suatu objek yang ditampilkan.



Gambar 4.3 Typography Calibri



Gambar 4.4 Typography Verdana



Gambar 4.5 Typography Gotham Light

4.2.5 Warna

Sudah umum diketahui bahwa warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau mempengaruhi emosi manusia. Warna dapat menggambarkan suasana hati seseorang. Telah banyak dibuktikan melalui percobaan-percobaan bahwa warna mempengaruhi fisik dan mental. Bila kita perhatikan selera terhadap orang berbeda-beda, hal tersebut menunjukkan bahwa warna berpengaruh terhadap emosi setiap orang.



Gambar 4.6 Palet warna utama website PT. Kertas Leces

Maka berdasarkan teori warna dan disesuaikan dengan keinginan stakeholder terdapat beberapa warna yang akan diadaptasi pada perancangan ini diantaranya warna modern dan warna-warna yang cocok dalam perancangan website PT. Kertas Leces menurut psikologi warna adalah putih dan hijau.

4.2.6 Fotografi

Foto yang digunakan nantinya adalah foto yang dapat memberi gambaran tentang PT. Kertas Leces secara jelas sesuai dengan hasil observasi. Jenis fotografi yang akan digunakan adalah jenis alam dan Landscapes.



Gambar 4.7 Fotografi Landscape

Jenis fotografi ini lebih dapat menggambarkan tentang perusahaan PT. Kertas Leces. Lebih bisa menceritakan keadaan PT. Kertas Leces sebagai perusahaan kertas yang *Ecolabeling*. Jenis fotografi ini digunakan untuk menunjukkan bahwa PT. Kertas Leces mampu bersaing secara Global dan mampu mengikuti perkembangan jaman.



Gambar 4.8 Fotografi Alam

Seperti pada gambar diatas, ada dua jenis fotografi yang digunakan untuk menggambarkan keadaan Perusahaan PT. Kertas Leces. Yaitu foto jenis *landscape*. Untuk menarik perhatian user menggunakan foto jenis *landscape* walaupun tidak memungkiri keadaan dimana terdapat *point interest* lain di perusahaan Leces, seperti pegawai, keadaan Leces dan lain sebagainya dan juga akan menggunakan foto *produk* untuk mengisi gallery PT. Kertas Leces.

4.2.7 User Need

- Dibutuhkan informasi tentang bahan kertas dan cara pembuatan kertas di PT. Kertas Leces.
- Dibutuhkan foto terbaru yang menunjukkan PT. Kertas Leces sebagai produsen kertas.
- Dibutuhkan informasi profil PT. Kertas Leces
- Dibutuhkan informasi mengenai contact dan lokasi PT. Kertas Leces
- Dibutuhkan informasi tentang produk yang di produksi oleh Perusahaan PT. Kertas Leces.
- Dibutuhkan informasi *up date* berita terbaru tentang PT. Kertas Leces.

4.2.8 Strategi Visual

Strategi visual yang akan digunakan dalam website PT. Kertas Leces ini mengacu pada konsep “Simple and Natural”. Sesuai dari hasil depth interview dari stakeholder.

4.2.9 Proses Warna

Pemilihan warna putih dan hijau PT. Kertas Leces ini dirasa telah dapat mengakomodir karakteristik dari PT. Kertas Leces. Warna Putih sendiri melambangkan kemampuannya untuk membantu memberi kesan kebebasan dan keterbukaan. Sedangkan hijau identik dengan alam dan mampu memberi suasana tenang dan santai, mewakili kesan ramah lingkungan, *natural*, *renewal* atau pembaharuan dan *restoration* atau pemulihan. Warna-warna ini selaras dengan karakteristik PT. Kertas Leces, kemauan besar dalam memproduksi kembali kertas yang sudah cukup lama berhenti, meredesain seluruh produk yang tadinya kurang menarik menjadi menarik dengan ide-ide yang segar menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan.

Penambahan warna pada website PT. Kertas Leces yang baru sangat diperlukan untuk memperkuat kontras website dan kesan perusahaan terintegrasi, karena pada website lama, warna biru tua dan biru muda terkesan *flat*.



Gambar 4.9 Analogus warna Alam

Maka digunakanlah skema *Analogus*, karena warna yang dihasilkan dari skema ini merupakan warna yang berdekatan satu sama lain pada roda warna. Kombinasi warna ini selalu serasi dan dapat menciptakan desain yang menyenangkan untuk dipandang.

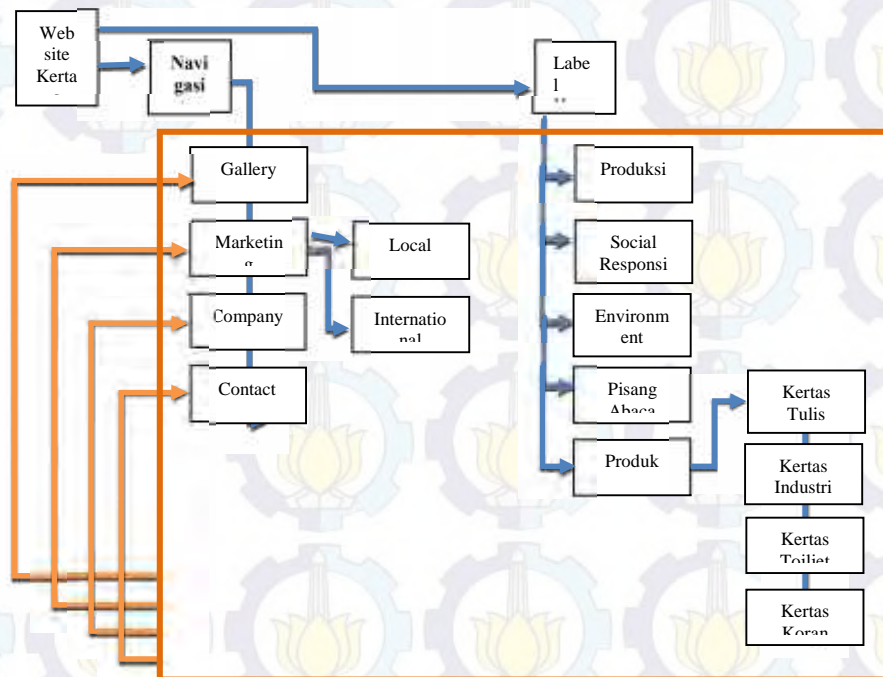
4.2.10 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam Perancangan Website PT. Kertas Leces adalah dengan adanya media ini dapat menjadi media yang mengenalkan dan menginformasikan tentang PT. Kertas Leces secara *Up to Date* kepada customer dan juga masyarakat luas. Website PT. Kertas Leces menggunakan visualisasi gaya gambar yang *simple dan natural* untuk dijadikan acuan desain. Gaya visualisasi gambar tersebut akan menjadi image dan *icon* dari PT. Kertas Leces terhadap kompetitor – kompetitor nya.

Pada website PT. Kertas Leces ini menggunakan dua bahasa utama yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Namun untuk memenuhi kebutuhan akan kecepatan dan ketepatan informasi yang disajikan, pada perancangan website ini akan menambahkan fitur pemilihan bahasa.

4.2.11 Navigasi

Berdasarkan observasi literatur yang dilakukan, navigasi yang baik adalah navigasi yang tidak mengganggu konten dengan kata lain navigasi hanya berfungsi untuk menjelajahi konten bukan untuk menjadi objek yang sangat mudah untuk dilihat tetapi cukup untuk diketahui, digunakan, dan tidak membingungkan.



Gambar 4.10 Arsitektur Informasi

4.2.12 Preferensi Stakeholder

Selama proses konsultasi dengan *stakeholder* menjabarkan bagaimana lebih baik websitenya nanti. Hal ini akan dibandingkan dan dikaji ulang untuk mensinkronisasi pemikiran *stakeholder* dan kesukaan *user*. Hal-hal yang menjadi preferensi dari *stakeholder* antara lain:

1. *Layout* halaman di buat sesederhana mungkin untuk mempermudah pencarian data.
2. Warna yang digunakan bisa diambil dari warna-warna khas PT. Kertas Leces.
3. Konten harus mempertahankan informasi tentang PT. Kertas Leces.
4. Fotografi yang menggunakan jenis fotografi *Landscape* karena senjata utama PT. Kertas Leces adalah *ecolabeling*.
5. Fotografi diusahakan untuk tidak banyak editing.

4.2.13 Konten

Salah satu parameter daya tarik dari sebuah website adalah konten informasi yang tersedia dalam website PT. Kertas Leces ini, peneliti telah membagi informasi yang ada di perusahaan tersebut. Konten informasi ini juga berhubungan dengan parameter kesiapan PT. Kertas Leces bangkit kembali dari vakum nya di tahun 2010.

1. Berita Leces Terbaru

Berita tentang PT. Kertas Leces yang pernah tidak berproduksi selama setahun karena muncul banyak perusahaan kertas yang lebih terintegrasi. Kini perusahaan Leces kembali berproduksi dengan menggunakan bahan kertas baru yaitu dengan menggunakan Pelepah Pisang Abaca.

2. Detail Website PT. Kertas Leces

Untuk menjadikan website ini sebagai website layanan yang memberikan panduan Informasi mengenai PT. Kertas Leces, maka informasi yang disajikan harus lengkap. Kelengkapan informasi ini mulai dari profil perusahaan, produk perusahaan, berita terbaru perusahaan.

2.1 Konten Informasi

a. Informasi utama yang disampaikan terbagi menjadi lima kategori. Kategori-kategori tersebut antara lain:

1. Informasi utama PT. Kertas Leces
2. Informasi Gallery PT. Kertas Leces
3. Informasi Pemasaran PT. Kertas Leces

4. Informasi Company PT. Kertas Leces

5. Informasi Contact PT. Kertas Leces beserta Fitur Message

b. Informasi yang ada pada kategori *home* antara lain:

1. Informasi berita-berita tentang Leces

2. Informasi tentang bahan baku Leces

3. Informasi terupdate tiap dua bulan

c. Informasi yang ada pada kategori *icon* terbagi menjadi tiga kategori tentang perusahaan PT. Kertas Leces antara lain:

1. Informasi Social Responcibility

2. Informasi Environment

3. Informasi Production

4.2.14 Acuan Gaya Fotografi untuk Halaman Berita

- **Warna**

Warna yang digunakan menggunakan warna-warna hangat. Foto yang dinilai memiliki warna hangat adalah foto yang memiliki kelompok warna dalam rentang warna mulai dari merah hingga kuning. Warna yang dihasilkan tidak terlalu kuning sehingga tidak banyak mengubah profil warna lainnya.

- **Saturasi**

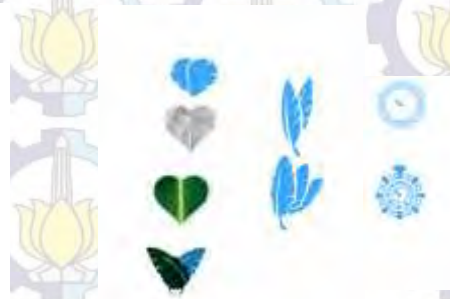
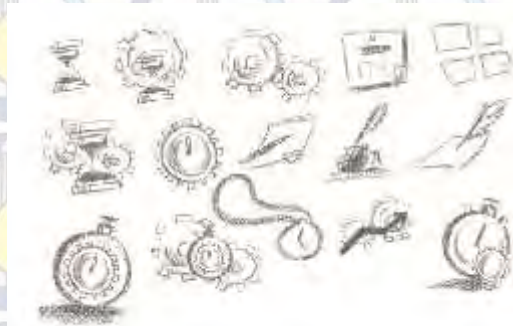
Pengaturan kekuatan warna ditingkatkan mendekati warna yang lebih cerah. Sehingga profil warna yang dihasilkan dapat lebih terlihat jelas. Hal ini bertujuan untuk menginformasikan Keadaan PT. Kertas Leces yang langsung mengungkapkan pendapatnya ke inti permasalahan sehingga semua hal bisa lebih jelas.

- **Ukuran**

Ukuran yang digunakan adalah 580 x 200 pixel. Hal ini bertujuan untuk memperkecil waktu loading dan menghemat ruang di server.

4.2.15 Icon

Konsep *icon* menyesuaikan dengan konsep desain *simple and natural*. *icon* juga termasuk sebagai identitas dari PT. Kertas Leces itu sendiri. *icon* yang baik adalah *icon* yang bisa menggambarkan tentang profil perusahaan dan mudah di ingat oleh user tanpa meninggalkan fungsi *icon* tersebut.



.selector {

Width:480px

- b.** Pengaplikasian website PT. Kertas Leces ditunjukkan pada Gambar 4.10 media dengan resolusi layar 768 pixel atau lebih, untuk layar tablet atau *ipads portrait* dan *landscape* menggunakan kode berikut

```
@media(min-width:768px) {
```

.selector {

Width:750px

- c.** Pengaplikasian website PT. Kertas Leces ditunjukkan pada Gambar 4.11 media dengan resolusi layar 768 pixel atau lebih, untuk layar tablet atau *ipads portrait* dan *landscape* menggunakan kode berikut

```
@media(min-width:768px) {
```

.selector {

Width:750px

- d.** Pengaplikasian website PT. Kertas Leces ditunjukkan pada Gambar 4.12 media dengan resolusi layar 992 pixel atau lebih, untuk layar komputer atau *laptop* menggunakan kode berikut

```
@media(min-width:992px) {
```

.selector {

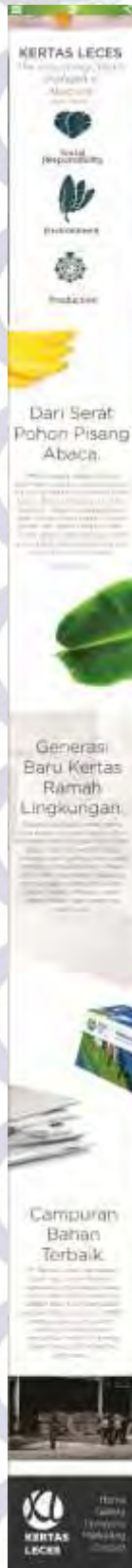
Width:970px

- e.** Pengaplikasian website PT. Kertas Leces ditunjukkan pada Gambar 4.13 media dengan resolusi layar 1200 pixel atau lebih, untuk layar komputer atau *laptop wide screen* menggunakan kode berikut

```
@media(min-width:1200px) {
```

.selector {

Width:1600px



(a) Gambar 4.15 320pixel



(b) Gambar 4.16 480pixel



(c) Gambar 4.17 768pixel



(d) Gambar 4.18

992pixel



(d) Gambar 4.19

1200pixel

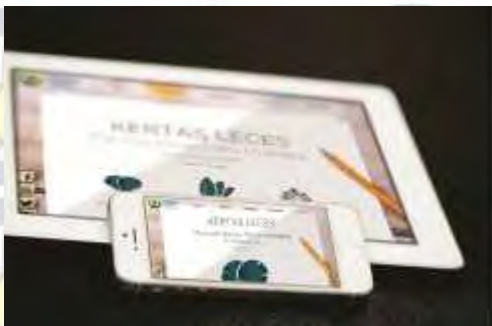
Berikut adalah contoh foto penerapan web PT. Kertas Leces pada berbagai media dengan resolusi yang berbeda.



Gambar 4.20 ipad Potrait - max width 1536 -> 1920



Gambar 4.21 macbook Retina - max width 2560 -> 1920



Gambar 4.22 ipad Landscape - max width 2048 -> 1920



Gambar 4.23 iphone Potrait - max width 640 -> 480



Gambar 4.24 iphone Landscape - max width 1136 -> 992

Desain halaman utama website PT. Kertas Leces adalah sebagai berikut :

Icon tiga garis di sebelah pojok kiri atas jika di click akan mengeluarkan tampilan menu utama website PT. Kertas Leces. Apabila user ingin kembali ke tampilan awal website, user hanya cukup menekan tombol (X) pada pojok kiri atas.



Gambar 4.25 Tampilan halaman website versi mobile

4.2.17 Login



Gambar 4.26 Halaman Login

Halaman *Login* muncul pada awal setiap membuka website PT. Kertas Leces. Halaman Login digunakan untuk berinteraksi langsung dengan PT.Kertas Leces. Jika pengguna hanya ingin membaca informasi pada website, pengguna bisa menutup halaman *Login* dengan mengklik tanda silang (X) pada pojok kanan atas kotak *login*.



Gambar 4.27 Halaman Upload Navigasi



Gambar 4.28 Halaman Upload File

4.3 User Interface

User interface merupakan mekanisme komunikasi antara pengguna yang telah ditentukan di atas dengan sistem website PT. Kertas Leces. Pada *user interface* ini, PT. Kertas Leces dapat menerima informasi dari pengguna melalui text box yang disediakan untuk kritik dan

saran sekaligus memberikan informasi kepada pengguna untuk membantu mengarahkan alur penelusuran konten dari PT. Kertas Leces. Maka dari itu user interface dipilah menjadi dua yang kemudian disesuaikan dengan gaya hidup dan kebiasaan dari pengguna.



Gambar 4.29 text Box - Live Chat

4.4 Graphic User Interface

Graphic user interface digunakan untuk menentukan penempatan layout berbagai macam aplikasi desain. Terdiri dari layout home, layout news, dan layout explore. Beberapa layout tersebut memiliki sistem kesatuan yang saling bersinergi. Berikut karakteristik GUI PT. Kertas Leces. Icon yang seperti apa, menu terdiri apa saja. Pemilihan data di atas digunakan sebagai acuan membuat desain layout. Masuk pada tahap pembuatan layout halaman per halaman menggunakan acuan sistem navigasi.

4.4.1 Layout Home

Halaman *home* merupakan halaman pembuka pada sebuah *website*. Pada umumnya halaman ini memiliki navigasi yang lengkap untuk *user* agar bisa memasuki menu-menu lain pada *website* ini. Menu indeks berisi berbagai hal tentang Leces berupa *tags button*. Selain itu terdapat berita-berita terbaru agar *website* selalu senantiasa terlihat masih berjalan.

Navigasi
Utama

Search



Dari Serat Pohon Pisang Apak



Generasi Baru Kertas
Ramah Lingkungan



Campuran Bahan Terbari



Navigasi
bawah

Berita
Terbaru

Gambar 4.30 Home Website PT. Kertas Leces

4.4.2 Layout Gallery

Pada halaman *gallery* memiliki informasi untuk mengetahui produk yang di produksi PT. Kertas Leces dan informasi mengenai fotografi kegiatan ataupun up date berita terbaru dari PT. Kertas Leces. Halaman Layout hanya berisi foto-foto, halaman di bagi menjadi dua kolom panel foto.

Navigasi
Utama

Search



Kolom
Gambar

Navigasi
bawah

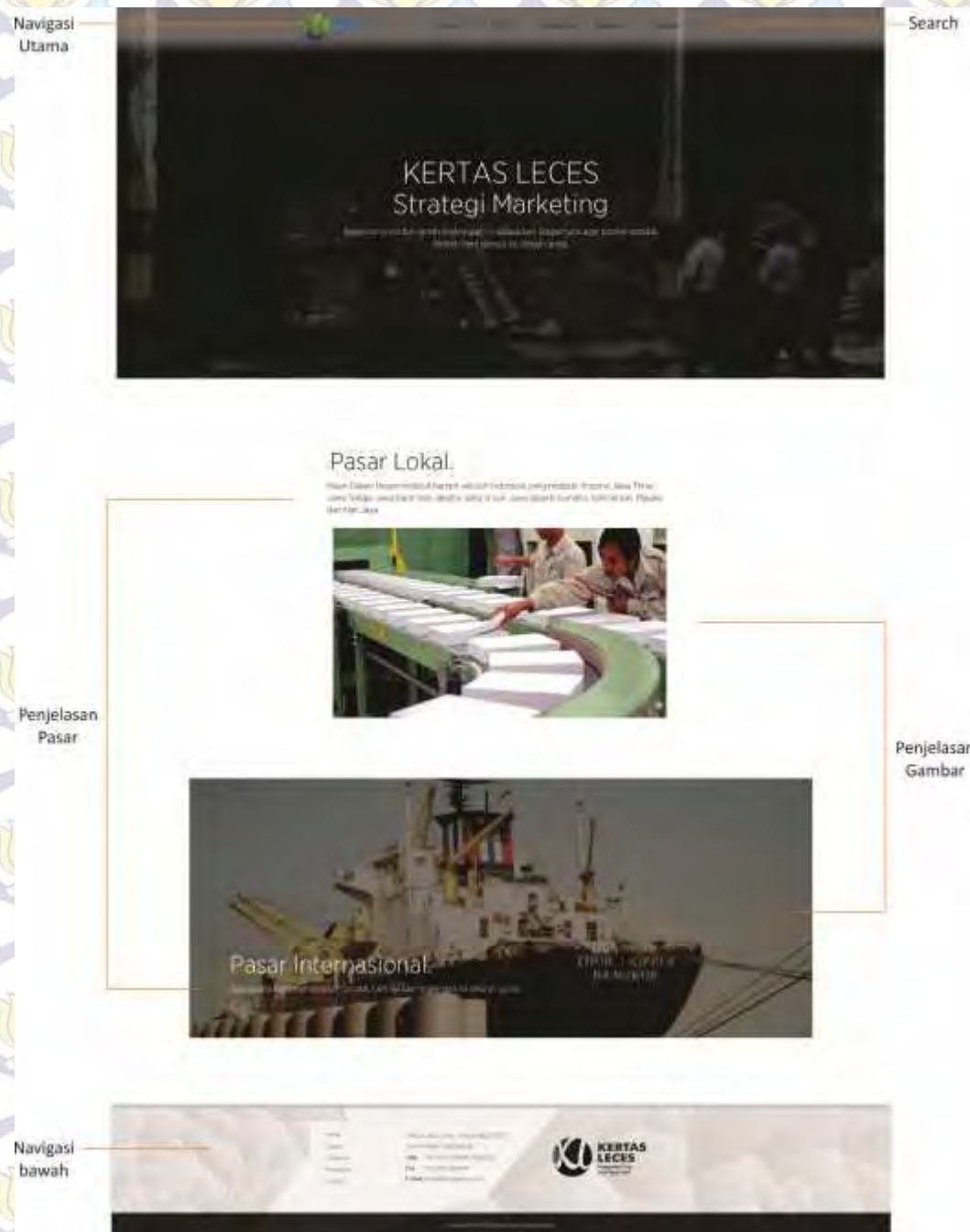


Gambar 4.31 GalleryWebsite PT. Kertas Leces

4.4.3 Layout Marketing

Halaman marketing berisi tentang gambaran target pasar PT. Kertas Leces baik dalam negeri dan luar negeri. Di halaman ini juga menjelaskan tentang strategi PT. Kertas Leces dalam menjual

produknya. Layout halaman marketing cenderung simple dan bersih, yang di dominasi oleh foto dan sedikit penjelasan.



Gambar 4.32 Marketing Website PT. Kertas Lece

4.4.4 Layout Company

Halaman ini berisikan tentang profil PT. Kertas Leces. yang berkaitan dengan Visi, Misi dan Kebijakan Perusahaan dalam meningkatkan kualitas dari perusahaan PT. Kertas Leces. Layout halaman company sangat simple agar memudahkan user membaca dan fokus pada isi dari konten tersebut. halaman ini hanya memiliki background putih dan informasi dengan font hitam agar terlihat bersih dan simple.



Gambar 4.33 Company Website PT. Kertas Leces

4.4.5 Layout Contact

Pada halaman contact ini berisi tentang informasi alamat PT. Kertas Leces yang bisa di hubungi oleh konsumen. halaman ini juga di lengkapi dengan fitur direct message yang bisa digunakan konsumen sebagai alat komunikasi dengan perusahaan Leces secara langsung.



Gambar 4.34 Contact Website PT. Kertas Leces

4.5 User Experience Design

User experience harus mampu mengeksplorasi lebih dalam bagaimana memecahkan masalah spesifik seorang pengguna. Berdasarkan data pengguna website PT. Kertas Leces, menghasilkan bahwa sebagian besar pengguna adalah eksekutif muda serta pengusaha.

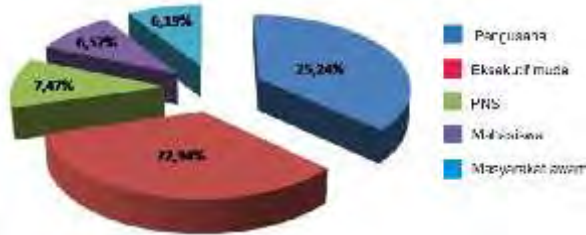


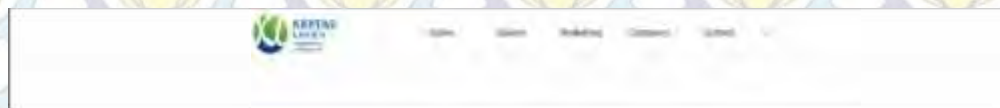
Diagram 4.2 Data pengguna website PT. Kertas Leces

Berdasarkan data di atas, website PT. Kertas Leces harus mengerti gaya hidup Pengusaha. Pemilahan dilakukan kembali guna menentukan kebiasaan pengguna.

Kebiasaan	Sifat
✓ Simple	Memotivasi diri
Menghargai waktu	✓ Manajemen waktu
Sulit ditemui	Ingin dihangat
Mampu memecahkan masalah	Tidak cepat putus asa

Tabel 4.3 Tabel Data kebiasaan dan sifat pengguna PT. Kertas Leces

Berdasarkan pemilahan tersebut, kebiasaan tidak ingin susah serta sifat manajemen waktu yang paling mampu mewakili website PT. Kertas Leces. Maka dari itu prinsip website PT. Kertas Leces adalah simple, sedangkan natural mewakili sifat PT. Kertas Leces.



Gambar 4.35 Navigasi Utama

Penerapan User Experience pada desain website PT. kertas Leces terletak pada penempatan bar navigasi utama yang ada di atas halaman layout website. kebiasaan pengguna saat membaca selalu scroll kebawah, jika sudah di bawah mereka pasti ingin mengetahui halaman berikutnya. Dalam mempermudah user agar tidak perlu scroll ke atas, bar navigasi utama dibuat mengikuti scroll.



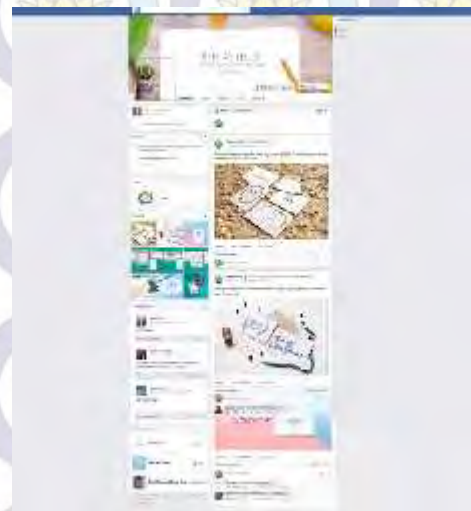
Gambar 4.36 Halaman Youtube PT. Kertas Leces



Gambar 4.37 Halaman Twitter PT. Kertas Leces



Gambar 4.38 Halaman Instagram PT. Kertas Leces



Gambar 4.39 Halaman Facebook PT. Kertas Leces

Saat ini hampir semua orang memiliki akun sosial media untuk mendekatkan konsumen dengan perusahaan. Maka website ini juga dilengkapi oleh fitur dimana user bisa berkomunikasi dengan perusahaan menggunakan social media seperti Facebook, Instagram, dll. Fitur social media ini terdapat pada sebelah kiri di tiap-tiap halaman website.



Gambar 4.40 Header Website PT. Kertas Leces

Sama seperti halnya dengan header, element live chat, pilihan Bahasa, serta link social media juga selalu tampil di tempat yang sama walau user scroll ke bawah. Hal ini untuk mengakomodasi user yang segera ingin membagi informasi dihalaman tersebut langsung ke social media mereka, mengakomodasi user yang penasaran akan informasi tertentu dalam halaman website dan bisa langsung menghubungi customer service lewat live chat.



Gambar 4.41 Navigasi Utama

Link Text yang ada di body halaman menggunakan warna merah sesuai dengan palet warna yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini memudahkan user yang berkunjung memahami

bahwa text tersebut adalah link. Link ini sejak dari awal berupa learn more di home menjadikan user paham kalau text berwarna merah adalah link.

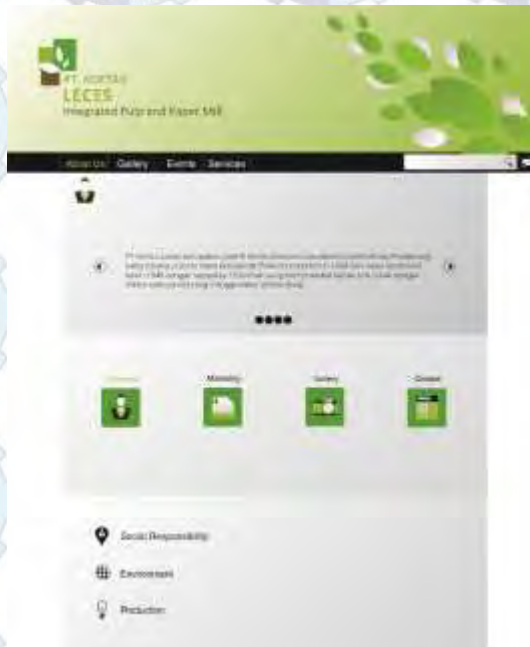


Gambar 4.42 Teknik Parallax

Penerapan parallax untuk menambah experience feel kertas dalam website. Gerakan tiap element di home serta gerakan image utama di tiap halaman menandakan adanya layer yang berhubungan dengan kertas.

4.6 Alternatif Sketsa Digital

Sebagaimana telah dibahas Mengenai Konsep Visual pada poin 4.4, selanjutnya akan ditampilkan sketsa alternatif yang berguna untuk mencari karakteristik desain website PT. Kertas leces yang menarik dan sesuai konsep *"Simple and Natural"*.



Gambar 4.43 alternatif desain website PT. Kertas Leces (Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 4.44 alternatif desain website PT. Kertas Leces (Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 4.45 alternatif desain website PT. Kertas Leces (Sumber: Dokumen Pribadi)



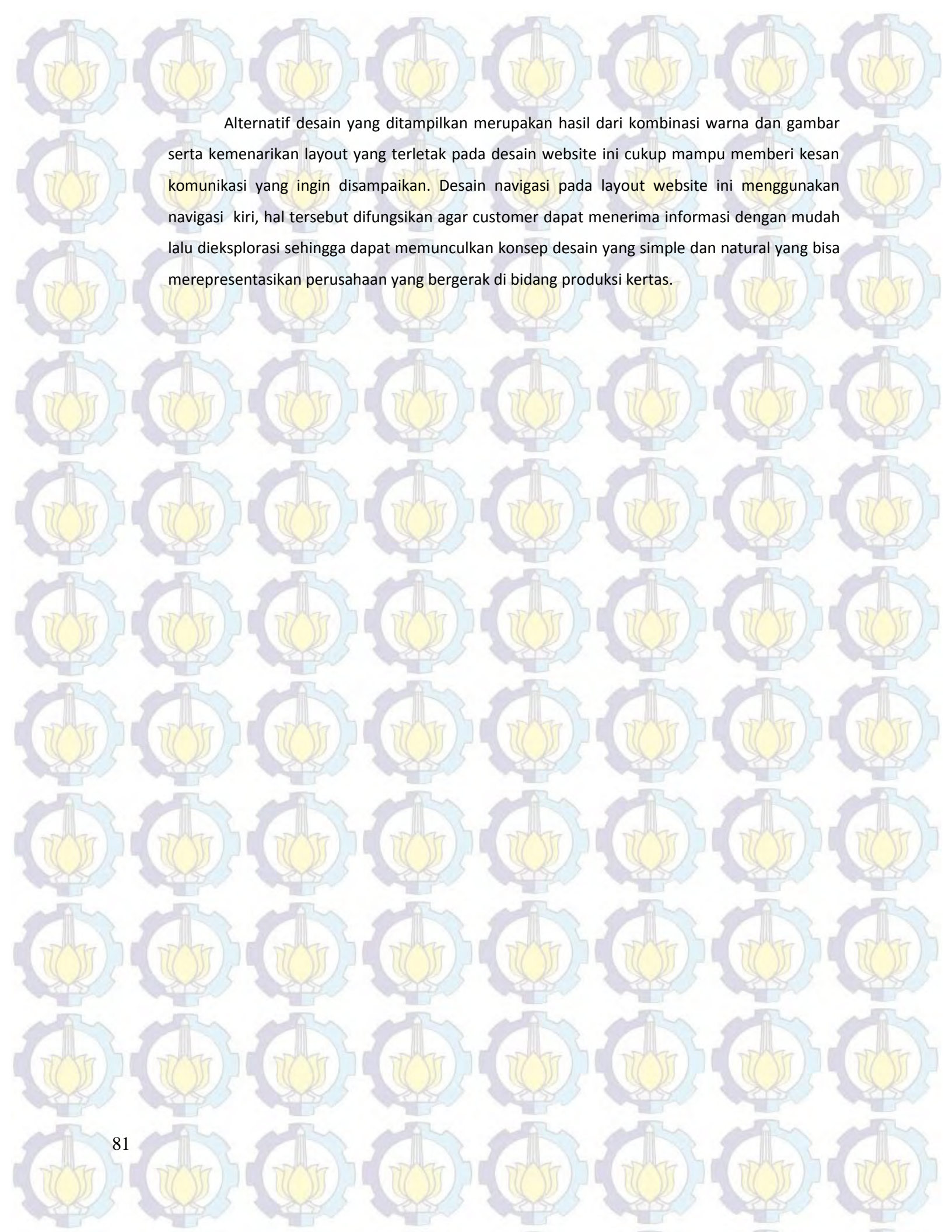
Gambar 4.46 alternatif desain website PT. Kertas Leces (Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 4.47 alternatif desain website PT. Kertas Leces (Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 4.48 alternatif desain website PT. Kertas Leces (Sumber: Dokumen Pribadi)



Alternatif desain yang ditampilkan merupakan hasil dari kombinasi warna dan gambar serta kemenarikan layout yang terletak pada desain website ini cukup mampu memberi kesan komunikasi yang ingin disampaikan. Desain navigasi pada layout website ini menggunakan navigasi kiri, hal tersebut difungsikan agar customer dapat menerima informasi dengan mudah lalu dieksplorasi sehingga dapat memunculkan konsep desain yang simple dan natural yang bisa merepresentasikan perusahaan yang bergerak di bidang produksi kertas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Media *website* merupakan media informasi masa yang menjadi main media dalam perancangan yang telah dilakukan. Media *website* dapat menjadi solusi dari permasalahan yang pada Perusahaan PT. Kertas Leces. Perancangan *website* ini merupakan akan menjadi media yang dapat merangkum segala kebutuhan PT. Kertas Leces mulai dari Profil Perusahaan dan berbagai informasi mengenai PT. Kertas leces kepada para *user* atau masyarakat luas.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dari segi konsep Perancangan Website PT. Kertas Leces ini terdapat berbagai macam permasalahan :

1. Dari segi konsep perancangan, penulis telah membuat Website PT. Kertas Leces dengan konsep Simple Natural. Penulis dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan adanya informasi yang ada di dalam website dan juga memenuhi kebutuhan stakeholder untuk membuat media informasi yang tidak membutuhkan banyak biaya.
2. Dari segi visual, website PT. Kertas Leces ini menyajikan sebuah website untuk menjelajah informasi *up to date* dengan tampilan sederhana, untuk menarik perhatian konsumen penulis menggunakan teknik parallax scrolling.
3. Navigasi yang ada dalam website ini cukup memudahkan user menjelajahi konten website. Navigasi tersebut membuat user tidak tertinggal akan informasi yang akan mereka cari.
4. Parameter simple juga disampaikan dalam konten yang disajikan, dimana konten ditampilkan dalam lima kategori utama informasi, yaitu Home, Gallery, Company, Marketing dan Contact.

Dari semua hasil evaluasi tersebut, penulis melihat bahwa sebuah *website* bukanlah solusi utama yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melihat informasi PT. Kertas Leces. *Website* ini hanya berusaha untuk memberikan informasi yang dapat memandu konsumen untuk mengetahui informasi tentang PT. Kertas Leces dengan mudah. *Website* ini memiliki kelebihan dan kelemahan yang pada akhirnya hak publikasinya diserahkan kepada pihak *stakeholder* beserta dengan keabsahan konten yang akan dimuat dalam *website* tersebut.

1.2 Saran

- Dalam proses perancangan website PT. Kertas Leces ini setidaknya tidak dibatasi oleh banyaknya gaya-gaya gambar maupun layout yang sedang menjadi trend dewasa ini, karena penentu keberhasilan sebuah website tidak dipengaruhi oleh tingkatan pasar saja akan tetapi yang terpenting adalah kesungguhan dan semangat untuk tetap bereksplorasi dan mengembangkan imajinasi dalam membuat sebuah karya yang komunikatif
- Dalam pembuatan website sangatlah membutuhkan manajemen waktu yang terjadwal dan terkonsep karena dalam proses pembuatannya sangatlah kompleks dan membutuhkan kedetilan yang sangat tinggi sehingga setidaknya bagi para generasi muda hendaknya membentuk sebuah tim kerja yang terjadwal, terkonsep dan ahli dalam bidangnya masing-masing, untuk menghasilkan sebuah karya desain yang mempunyai value yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Beaird, Jason. 2010. *The Principles of Beautiful Web Designs*. SitePoint Pty. Ltd. Australia.

A. Dawn Shaikh, Barbara S. Chaparro, & Doug Fox. 2006. Perception of *Fonts*: Perceived Personality Traits and Uses, Vol. 8 Issue 1. Wichita State University: Software Usability Research Laboratory

A. Dawn Shaikh, Barbara S. Chaparro, & Doug Fox. 2006. Perception of *Fonts*: Perceived Personality Traits and Uses, Vol. 8 Issue 1. Wichita State University: Software Usability Research Laboratory

Baer Kim, 2008. *Information Design Workbook ; graphic approaches, solutions And inspiration + 30 case studies*. Minneapolis : Rockport

Beaird, Jason. 2007. *The Principles of Beautiful Web Designs*. SitePoint Pty. Ltd. Australia. Page 64

Boulton, Mark. 2009 *A Practical Guide to Designing for the Web*. Mark Boulton Ltd. United Kingdom. H91

Jacko, Julie A. *Human-Computer Interaction Design and Development Approaches*, 14th *International Conference, HCI International 2011 Orlando, FL, USA, July 2011* Proceedings, Part 1. Springer. USA. 2011. Page 35-36, 92-93, 331, 333

Johnson, Joshua. *The 960 System Made Easy*. sixrevisions.com/web_design/the-960-gridsystem-made-easy/. Accessed 27-12-2011 19.03

Kalbach, James. *Designing Web Navigation*. O'REILLY. page 147, 257

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 2*. Indeks, Jakarta. 2007. Page 253

Vinh, Khoi. 2011. *Ordering Disorder Grid Principles for Web Design*. New Riders. Canada. Page 51

Vinh, Khoi. 2011. *Ordering Disorder Grid Principles for Web Design*. New Riders. Canada. Page 35

MAKALAH/JURNAL ILMIAH

T.W. Tsai, T. C. Chang, M. C. Chuang, and D. M. Wang. *Exploration in Emotion and Visual Information Uncertainty of Websites in Culture Relation*. Vol. 2. No. 2. 2008. Special Issue on Cultural Aspects of Interaction Design. International Journal of Design.

www.geocities.com/webjournal/juni2000/kriteria.html

Wahana Komputer Semarang. 2003. Promosi Efektif dengan Web. Semarang : Penerbit Andi : hal. 210

WEBSITE

www.kertasleces.co.id

www.sentranet.co.id

www.indodesign.net

www.cakranet.com

www.warhol.org

www.nationalgalleries.org

metmuseum.org

www.apple.com/macbook

Web Page by Number Team. "Web Design Trend 2011/2012". 2011.

<http://webpagebynumbers.com/web-design-trends-2011-2012>

www.oxforddictionaries.com/definitions/expressive, (accessed November, 20th 2015, 7:39 AM)

DAFTAR LAMPIRAN



Foto para Karyawan PT. Kertas Leces

Hasil interview merupakan perpaduan jawaban dan pendapat dari para narasumber.

1. Sejak Kapan PT. Kertas Leces memiliki website?

- Sejak tahun 1998



Gambar Tampilan website lama PT. Kertas Leces

2. Pengaplikasian warna pada media website PT. Kertas Leces

- Warna biru dari website PT. Kertas Leces ini hanya karena mengikuti dari logo Leces (burung hantu biru) dan juga dari seragam karyawan yang berwarna biru. PT. Kertas Leces tidak pernah meninggalkan warna biru.

3. Tanggapan mengenai website PT. Kertas Leces saat ini dengan korelasi bidang kerja, visi misi, dan bahan baku?

- Pihak PT. Kertas Leces mengaku website yang ada saat ini tidak sesuai dengan visi misi, makna dan tujuan perusahaan. PT. Kertas Leces memiliki cita-cita untuk dapat memperbaiki website mereka sesuai dengan kondisi yang ada saat ini.

4. Alasan ingin melakukan perubahan pada website?

- Karena website saat ini kurang bisa mewakili karakter PT. Kertas Leces. Pihak Leces juga ingin memperkenalkan bahan baku barunya yaitu serat Pisang Abaca. Sampai saat ini PT. Kertas Leces belum memiliki Website yang memenuhi kriteria desain yang baik. Bapak Tjatur Iman selaku IT di Perusahaan Leces menjelaskan bahwa Website sekarang yang digunakan masih kurang memenuhi standart, desain website masih dibuat dari joomla dan hanya di edit sedikit-sedikit, tidak ada yang istimewa, warna biru pada website hanya menggambarkan logo dan warna seragam karyawan PT. Kertas Leces.

5. Informasi apa saja yang ingin dimunculkan ke dalam website baru PT. Kertas Leces?

- Yang jelas Profile Perusahaan, ide-ide inovatif, dan ramah lingkungan karena produk-produk PT. Kertas Leces berasal dari ampas tebu dan serat pisang abaca bukan melalui penebangan pohon yang dapat merusak lingkungan.

6. Ilustrasi visual dan website yang bagaimana yang akan dimunculkan di website barunya?

- Apapun warna yang ditampilkan tidak menjadi masalah asalkan mampu menggambarkan filosofi PT. Kertas Leces dan mungkin lebih ingin menonjolkan bahan baku baru kami yaitu serat pisang abaca. sebenarnya bukan hanya bahan baku yang ingin kami tonjolkan, namun sesuatu yang baru yang ada pada Perusahaan kami kedepannya.

7. Harapan untuk website yang baru ke depannya?

- Tujuan utama kami ingin memberi informasi dan publikasi yang diperlukan bagi sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang produksi kertas agar PT. Kertas Leces lebih dikenal oleh banyak orang dan bisa ikut bersaing secara Global.